

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Кафедра финансов и кредита

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой финансов и кредита

Протокол от «26» ноября 2021 г. № 4

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФИНАНСОВЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ**

Б1.В.ДВ.09.01

краткое наименование дисциплины – ФИМС

по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

направленность (профиль): «Финансы и кредит»

квалификация: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора — 2021

Новосибирск, 2021

Авторы – составители:

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита СИУ – филиала РАНХиГС Т.И. Мельникова

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита СИУ – филиала РАНХиГС В.Н. Савиных

старший преподаватель кафедры финансов и кредита СИУ – филиала РАНХиГС Е.Л. Гуляева

Заведующий кафедрой

финансов и кредита СИУ – филиала РАНХиГС, 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	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	19
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	22
6.1. Основная литература.....	22
6.2. Дополнительная литература.....	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	23
6.4. Нормативные правовые документы.....	24
6.5. Интернет-ресурсы.....	24
6.6. Иные источники.....	24
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.09.01 «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» обеспечивает овладение следующей компетенцией:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.8	Способен применять иностранный язык в рамках делового общения при решении профессиональной задачи

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

Таблица 2

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК ОС-4.8	<p><i>на уровне знаний:</i> совокупность познаний в сфере финансов и кредита;</p> <p><i>на уровне умений:</i> выявление причинно-следственных связей в сфере финансов и кредита, выделение их системных элементов;</p> <p><i>на уровне навыков:</i> применение критического анализа и системного подхода в сфере финансов и кредита, формулировка обоснованных предложений на основе анализа финансовой и кредитной сферы согласно причинно-следственным логическим умозаключениям, исходящим из существующих фактов.</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 32, их них 16 лекционного типа, 16 практического (семинарского) типа, и 40 на самостоятельную работу обучающихся;

по очно-заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 24, их них 8 лекционного типа, 16 практического (семинарского) типа, и 48 на самостоятельную работу обучающихся;

по заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 8, их них 4 лекционного типа, 4 практического (семинарского) типа, и 60 на самостоятельную работу обучающихся.

Место дисциплины в ОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» изучается студентами очной формы обучения на 4 курсе в 8 семестре, студентами очно-заочной формы на 5 курсе в 9 семестре, студентами заочной формы на 5 курсе в 10 семестре. Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

3. Содержание и структура дисциплины Очная форма обучения

Таблица 3.1.

№ п/п	Наименование тем, модулей (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающегося с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Раздел 1	Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий	40	10		10	2	18	
Тема 1.1	Введение в финансовые измерения маркетинговых стратегий	10	2		2		6	Э, Т
Тема 1.2.	Информационная база маркетинга	14	4		4		6	О, Т
Тема 1.3.	Система показателей результативности маркетинга	14	4		4		6	К, Т
Раздел 2	Оценка финансовых последствий маркетинговых стратегий	32	6		6	2	18	
Тема 2.1	Финансовые последствия ценовой стратегии	10	2		2		6	К, Т
Тема 2.2.	Финансовые последствия стратегии управления поставками	10	2		2		6	К, Т
Тема 2.3.	Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий	14	2		2		10	О, Т
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	16		16		40	ак.ч.

Очно-заочная форма обучения

Таблица 3.2.

№ п/п	Наименование тем, модулей (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ² , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающегося с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Раздел 1	Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий	34	4		8		22	
Тема 1.1	Введение в финансовые	12	2		2		8	Э, Т

1 Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (К), эссе (Э).

2 Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (К), эссе (Э).

	измерения маркетинговых стратегий							
Тема 1.2.	Информационная база маркетинга	13	1		4		8	О, Т
Тема 1.3.	Система показателей результативности маркетинга	9	1		2		6	К, Т
Раздел 2	Оценка финансовых последствий маркетинговых стратегий	38	4		8		22	
Тема 2.1	Финансовые последствия ценовой стратегии	14	2		4		8	К, Т
Тема 2.2.	Финансовые последствия стратегии управления поставками	13	1		2		10	К, Т
Тема 2.3.	Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий	11	1		2		8	О, Т
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	8		16		48	ак.ч.

Заочная форма обучения

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	ЛР	ПЗ	КСР		
Раздел 1	Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий	34	2		2		30	
Тема 1.1	Введение в финансовые измерения маркетинговых стратегий	11	1		-		10	Т
Тема 1.2.	Информационная база маркетинга	12	1		1		10	Т
Тема 1.3.	Система показателей результативности маркетинга	11	-		1		10	Т
Раздел 2	Оценка финансовых последствий маркетинговых стратегий	34	2		2		30	
Тема 2.1	Финансовые последствия ценовой стратегии	12	1		1		10	Т
Тема 2.2.	Финансовые последствия стратегии управления поставками	11	1		-		10	Т
Тема 2.3.	Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий	11	-		1		10	Т
Промежуточная аттестация		4				4		Зачет

Всего:	72	4	4	4	60	ак.ч.
--------	----	---	---	---	----	-------

Содержание дисциплины

Тема 1.1 Введение в финансовые измерения маркетинговых стратегий

Маркетинг менеджмент. Функции менеджера по маркетингу. Концепция управления по целям. Дерево целей. Анализ конкуренции. Способы достижения конкурентных преимуществ.

Тема 1.2 Информационная база маркетинга

Изменение роли маркетинга в современном бизнесе. Структурированный подход к интерпретации информации. Новые информационные модели.

Тема 1.3 Система показателей результативности маркетинга

Подходы к измерению эффективности и результативности маркетинга. Актуальные метрики результатов деятельности компаний. Финансовые и нефинансовые показатели эффективности маркетинга.

Тема 2.1 Финансовые последствия ценовой стратегии

Подходы к определению ценовой политики. Формирование политики ценообразования. Выбор стратегии ценообразования. Тактика ценообразования. Скидки. Базовые цены.

Тема 2.2 Финансовые последствия стратегии управления поставками

Зависимость прибыльности от управления поставками в организации. Управление процессами поставок. Управление скоростью движения товарных запасов. Методы оптимизации в управлении запасами. Управление эффективностью системы поставок.

Тема 2.3 Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий

Система стратегий маркетинга. Планирование маркетинга. Анализ и контроль риска. Бюджет 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 Финансовые измерения маркетинговых стратегий используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:
очная, очно-заочная форма обучения

Таблица 4.1

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1 Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий		
Тема 1.1	Введение в финансовые измерения маркетинговых стратегий	Эссе, тестирование
Тема 1.2.	Информационная база маркетинга	Опрос, тестирование
Тема 1.3.	Система показателей результативности маркетинга	Работа в группе по выполнению задания, тестирование
Раздел 2 Оценка финансовых последствий маркетинговых стратегий		
Тема 2.1	Финансовые последствия ценовой стратегии	Работа в группе по выполнению задания, тестирование
Тема 2.2.	Финансовые последствия стратегии управления поставками	Работа в группе по выполнению задания, тестирование

Тема 2.3.	Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий	Опрос, тестирование
-----------	---	---------------------

заочная форма обучения

Таблица 4.2

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1 Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий		Комплексное задание по вопросам раздела
Тема 1.1	Введение в финансовые измерения маркетинговых стратегий	тестирование
Тема 1.2.	Информационная база маркетинга	тестирование
Тема 1.3.	Система показателей результативности маркетинга	тестирование
Раздел 2 Оценка финансовых последствий маркетинговых стратегий		Комплексное задание по вопросам раздела
Тема 2.1	Финансовые последствия ценовой стратегии	тестирование
Тема 2.2.	Финансовые последствия стратегии управления поставками	тестирование
Тема 2.3.	Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий	тестирование

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые темы для опроса по темам 1.2. и 2.3 для студентов очной, очно-заочной формы обучения

1. Методология разработки плана маркетинга.
2. Разработка финансовой модели оценки эффективности плана маркетинга (со знанием терминологии на иностранном языке).
3. Финансовая оценка привлекательности сегмента рынка.
4. Использование финансовых показателей при выборе целевого сегмента рынка.
5. Каналы формирования прибыли (со знанием терминологии на иностранном языке).
6. Методы оптимизации выпускаемой продукции.
7. Взаимосвязь между прибыльностью и жизненным циклом товара.
8. Построение финансовой модели расчета изменений показателей прибыльности на разных этапах жизненного цикла товара (со знанием терминологии на иностранном языке).
9. Комплексный анализ изменения финансовых показателей деятельности предприятия на разных этапах жизненного цикла товара (со знанием терминологии на иностранном языке).
10. Разработка финансовой модели оценки эффективности управления поставками.
11. Управление запасами.
12. Разработка финансовой модели оценки эффективности маркетинга.
13. Разработка финансовой модели оценки реализации целей фирмы.
14. Бюджетирование маркетинговой деятельности.
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 по теме 1.1 для студентов очной, очно-заочной формы обучения

С целью формирования компетенции эссе выполняется на русском языке с обязательным переводом на иностранный (изучаемый) язык.

1. Оценка вклада в финансовый результат компании менеджеров по маркетингу и по финансам. Особенности и различия деятельности менеджеров по маркетингу и по финансам.
2. Выбор конкурентной позиции компании. Сложности анализа и измерения результатов
3. Особенности формирования стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла компании. Влияние на финансовый результат.

Типовые варианты вопросов для комплексного задания для письменного ответа (для заочной формы обучения)

1. Функция маркетинга. Система маркетинга.
2. Анализ потребительского спроса. Эластичность спроса.
3. Факторы рентабельности коммерческой деятельности.
4. Финансовые и нефинансовые показатели эффективности маркетинга.
5. Анализ чувствительности финансовых результатов к изменениям цены и структуры затрат (со знанием терминологии на иностранном языке).
6. Условия и способы максимизации прибыли (со знанием терминологии на иностранном языке).
7. Анализ конкуренции. Модели анализа конкуренции.
8. Подходы к измерению эффективности и результативности маркетинга.
9. Анализ конкуренции. Структура конкуренции: пять сил конкуренции.
10. Анализ безубыточности. Пороговый объем выпуска товаров.
11. Прогнозирование и составление бюджета маркетинга.
12. Модель изучения конкуренции. Подготовка отчета о конкурентной среде.
13. Матричный анализ хозяйственного портфеля.
14. Формирование прибыли в условиях риска.
15. Финансовые и нефинансовые показатели эффективности маркетинга.
16. Основные функции менеджера по маркетингу.
17. Оценка рисков на каждой стадии жизненного цикла (со знанием терминологии на иностранном языке).
18. Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий.
19. Цели организации. Структурирование целей. Показатели достижения целей.
20. Определение и учет маркетинговых издержек.
21. Расчет прибылей и убытков. Распределение издержек (со знанием терминологии на иностранном языке).
22. Тактика ценообразования при стимулировании сбыта.
23. Основные направления политики ценообразования при различных маркетинговых стратегиях.
24. Взаимоотношения между поставщиками и потребителями. Модель поставки.
25. Разработка нового товара. Риски внедрения нового товара на рынок.
26. Концепция тотального управления качеством.
27. Методы ценообразования. Этапы ценообразования.
28. Цена и валовая прибыль (со знанием терминологии на иностранном языке).

29. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки (со знанием терминологии на иностранном языке).
30. Система маркетинговой информации

Контент тестовых заданий по темам 1.1.,1.2.,1.3.,2.1.,2.2.,2.3 для студентов очной, очно-заочной формы обучения

1. В деятельность по управлению маркетингом НЕ включаются: (вопрос типа «многие из многих»)

- а) маркетинговые исследования;
- б) определение требуемого объема производства;
- в) определение цен;
- г)* определение себестоимости;
- д)* определение маржинального дохода;
- е) управление сбытом;
- ж) управление распределением.

2. К факторам, определяющим конкурентоспособность фирмы, НЕ относятся: (вопрос типа «один из многих»)

- а) доля рынка
- б) доля «сознания»
- в) доля «голоса»
- г) *доля собственного капитала
- д) доля НИОКР

3. Для определения направления маркетинговой деятельности компании ключевое значение имеет: (вопрос типа «один из многих»)

- а) качество товара
- б) финансовые ресурсы
- в) *миссия компании

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. Двухмерная модель, сравнивающая стратегическое положение каждого вида деятельности диверсифицированной компании называется: (вопрос типа «один из многих»)

- а) матрица финансового портфеля
- б) матрица инвестиционного портфеля
- в) *матрица хозяйственного портфеля
- г) матрица SWOT-анализа

Типовые расчетные задания по темам 1.3.,2.1.,2.2. для студентов очной, очно-заочной формы обучения

1. Ниже приводятся данные упрощенного варианта баланса ООО «Кушать подано» ресторанный бизнес . 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. Viktor's business is small wholesale trade. It provides supplies for merchants who sell at kiosks at Sunday open markets in small towns. His business in January 202X Viktor started with 50,000 rubles in cash. During February, the suppliers shipped 600,000 rubles worth of groceries to Viktor's warehouse, giving him a six-week deferred payment. In addition, Viktor also purchased products from another supplier for another 500,000 rubles. He paid the rent for the warehouse for a month — 30,000 rubles. During the month, its sales amounted to 1,100,000 rubles in cash and another 500,000 rubles. on a four-week loan (in total, these goods cost Viktor 1,100,000 rubles). In addition, he paid for the work of temporary staff who worked part — time-60,000 rubles, and also took 50,000 rubles as his monthly salary as a director of the enterprise. Make a cash flow report for Viktor's company and give comments about his cash plan.

Бизнес Виктора мелкооптовая торговля. Он осуществляет поставки для торговцев, которые торгуют в киосках на воскресных открытых базарах в маленьких городках. Свое дело в январе 202X г. Виктор начал, имея наличными 50000 руб. В течение февраля поставщики отгрузили на склад Виктора бакалеи на сумму 600000 руб., предоставив ему шестинедельную отсрочку платежа. Кроме того, Виктор приобрел также продукцию от другого поставщика еще на 500000 руб. Он заплатил арендную плату за склад за месяц — 30000 руб. В течение месяца его продажи составили 1100000 руб. наличными и еще на 500000 руб. по четырехнедельному кредиту (в общей сложности эти товары обошлись Виктору в 1100000 руб.). Кроме того, он оплатил работу временного персонала, работавшего неполный рабочий день — 60000 руб., а также взял 50000 руб. в качестве своей месячной заработной платы как директора предприятия. Составьте отчет о движении денежных средств для предприятия Виктора 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. At the beginning of July, the beer store "Foam Coast" had a stock of beer estimated at 1,100,000 rubles. During this month, an additional stock of beer was purchased at the brewery at a price of 5640000 rubles. Beer sales (at sales prices) amounted to 7520000 rubles. The remaining stock of beer at the end of July was estimated at 576,000 rubles. Calculate the cost of products sold and the gross profit of the beer store "Foam Coast" for July.

В начале июля пивной магазин «Пенный берег» располагал запасом пива, оцениваемым в 1100000 руб. В течение этого месяца был закуплен дополнительный запас пива на пивзаводе по цене 5640000 руб. Продажа пива (по ценам реализации) составила 7520000 руб. Оставшийся в конце июля запас пива оценивался в 576000 руб. Рассчитайте себестоимость проданной продукции и валовую прибыль пивного магазина «Пенный берег» 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 по темам 1.3.,2.1.,2.2. для студентов очной формы обучения

On January 1, 202X, Sergey started a new business with an initial capital of 3000000 rubles and purchased a supported truck for 1250000 rubles. It is expected that the service life of the truck will be seven years, after which it can be sold for 600,000 rubles.

During the fiscal 202X, the following operations took place within the framework of Sergey's business:

In January, goods in the amount of 1,000 units were purchased for resale at a price of 300 rubles.

In March, 3,000 units of goods were purchased at a price of 330 rubles, per piece

In May, 2,000 units of goods were sold to customers at a sales price of 650 rubles.

In October, an additional stock of goods in the amount of 4,000 units was purchased at a price of 320 rubles per piece.

In December, 3,500 units were sold to customers at a price of 620 rubles per piece (All purchases and sales were carried out for cash).

The salary for work during the year was paid in cash in the amount of 1,000,000 rubles.

The rent for the year was paid in cash in the amount of 900,000 rubles.

Create a cash flow statement, a statement of financial results for the year and a balance sheet at the end of the year using table templates:

1 января 202X г. Сергей начал новое дело с начальным капиталом в размере 3000000 руб. и приобрел поддержанный грузовик за 1250000 руб. Ожидается, что срок эксплуатации грузовика составит семь лет, после чего его можно будет продать за 600000 руб.

В течение финансового 202X г. в рамках бизнеса Сергея имели место следующие операции:

В январе были закуплены для перепродажи товары в количестве 1 000 ед по цене 300 руб.

В марте было закуплено 3 000 ед. товара по цене 330 руб, за штуку

В мае клиентам было продано 2 000 ед. товара по цене реализации 650 руб.

В октябре был приобретен дополнительный запас товара в размере 4 000 ед. по цене 320 руб. за штуку

В декабре клиентам было продано 3 500 ед по цене 620 руб. за штуку (Все закупки и продажи осуществлялись за наличные).

Заработная плата за работу в течение года выплачена наличными в размере 1000000 руб.

Арендная плата за год уплачена наличными в размере 900000 руб.

Составьте отчет о движении денежных средств, отчет о финансовых результатах за год и бухгалтерский баланс на конец года, используя шаблоны таблиц:

Отчет о движении денежных средств за период	
Сальдо на начало периода	руб.
+ Поступления:	
Продажа	
— Платежи:	
Грузовик	
Запас	
Заработная плата	
Арендная плата	
= Сальдо на конец периода	

Отчет о финансовых результатах за период	
	Руб.
Объем продаж	
— Себестоимость проданной продукции	
= Валовая прибыль	
— Расходы:	
Амортизация автомобиля	
Заработная плата	
Арендная плата	
= Чистая торговая прибыль	

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 200X г.			
	Себестоимость	Начисления на износ	Чистая стоимость
Внеоборотные активы			
Автомашина			
Оборотные активы			
Запас			
Касса и счет в банке			
Чистые оборотные активы			
Собственный капитал			
Нераспределенная прибыль			

Алгоритм решения

Рассчитайте величину недостающих показателей

Составьте финансовые отчеты.

Прокомментируйте полученные результаты в свете приведенной выше информации.

4.3. Оценочные средства промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.8	Способен применять иностранный язык в рамках делового общения при решении профессиональной задачи

Таблица 6

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-4.8 Способен применять иностранный язык в рамках делового общения при решении профессиональной задачи	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке	Составляет и рассказывает текст на иностранном языке на заданную тему из деловой практики, правильно использует специфическую лексику, распространенную в бизнесе, обсуждает в группе кейс (конкретную деловую ситуацию), правильно использует специфическую лексику, распространенную в бизнесе.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Типовые вопросы для подготовки к зачету

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

Типовая ситуационная задача

The Avangard company needs to determine the optimal order size (EOQ) for important expensive components at a relatively constant level of the interest rate during the year.
The volume of quarterly consumption of 2000 inventory items
The cost of completing one order is 100,000 rubles.
Storage costs 400 rubles per year for each position
The company needs to have a seven-day supply of these components available.
It takes 10 days from the moment of its registration to receive one order.
We take into account that there are 360 days in a year, 90 days in a quarter.

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

Объем ежеквартального потребления 2000 инвентарных позиций

Стоимость выполнения одного заказа 100000 руб.

Затраты на хранение 400 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)

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

- а) начисления
- б) накопления
- в) *сопоставления
- г) покрытия

Анализ чувствительности элементов операционного рычага относится к деятельности в области: (вопрос типа «один из многих»)

- а) * операционного управления
- б) инвестиционного управления
- в) управления денежными средствами
- г) управления финансированием деятельности предприятия

Затраты, величина которых устанавливается руководителем функционального подразделения и их уровень в значительной степени поддается влиянию со стороны менеджера называются: (вопрос типа «один из многих»)

- а) * регулируемые;
- б) невозвратными;
- в) трансакционными;
- г) альтернативными;
- д) удельными.

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

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

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

Типовые задания для комплексного задания по разделу (для заочной формы)

1. Изменение роли маркетинга в современном бизнесе.
2. Применение концепции стоимости денег к оценке деятельности организации.
3. Подходы к измерению эффективности и результативности маркетинга.
4. Применение концепций рычагов 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. Планирование финансовых последствий маркетинговых стратегий.

Полный перечень заданий находится в УМК-Д.

Шкала оценивания

Зачет	Критерии оценки
Не зачтено (0-50)	Этап компетенции, предусмотренный рабочей программой дисциплины, не сформирован. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Не способен подготовить и рассказать собственный рассказ на иностранном языке на заданную тему из деловой практики, правильно используя специфическую лексику, распространенную в бизнесе, способность обсуждать в группе кейс (конкретную деловую ситуацию), правильно используя специфическую лексику, распространенную в бизнесе.
Зачтено более 51	Этап компетенции, предусмотренный рабочей программой дисциплины, сформирован. Способен подготовить и рассказать собственный рассказ на иностранном языке на заданную тему из деловой практики, правильно используя специфическую лексику, распространенную в бизнесе, способность обсуждать в группе кейс (конкретную деловую ситуацию), правильно используя специфическую лексику, распространенную в бизнесе

4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» проводится в форме зачета.

Зачет 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: «зачтено», «не зачтено».

Билеты к зачету включают задания, позволяющие оценить сформированную компетенцию по дисциплине, включают теоретический вопрос и ситуационную задачу.

Теоретические вопросы позволяют оценить знания и умения по двум разделам дисциплины: 1. Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий. 2. Основы финансовых измерений маркетинговых стратегий.

По решению преподавателя зачет для обучающихся по заочной форме может быть проведен в письменной форме, в том числе в виде тестирования.

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.

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

The Avangard company needs to determine the optimal order size (EOQ) for important expensive components at a relatively constant level of the interest rate during the year.

The volume of quarterly consumption of 2000 inventory items

The cost of completing one order is 100,000 rubles.

Storage costs 400 rubles per year for each position

The company needs to have a seven-day supply of these components available.

It takes 10 days from the moment of its registration to receive one order.

We take into account that there are 360 days in a year, 90 days in a quarter.

Calculate the optimal order size (the nearest batch).

Determine the total costs of the next batch of the order.

Determine the volume of the backup order.

Determine the re-order point.

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

Объем ежеквартального потребления 2000 инвентарных позиций

Стоимость выполнения одного заказа 100000 руб.

Затраты на хранение 400 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

«зачтено» - студент выбирает, обосновывает и верно рассчитывает финансовые показатели, необходимые для оценки и разработки управленческих решений. Обосновывает и оценивает эти показатели. Обосновывает и осуществляет выбор управленческих решений, опираясь на результаты анализа;

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

Условием допуска к зачету является выполнение всех установленных календарным учебным графиком видов работ: участие в контактных формах работы по разделам дисциплины, выполнение заданий текущих форм контроля. Тестирование проводится в СДО 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).

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» 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 взаимодействии, о способах достижения конкурентных преимуществ, выявлении финансовых аспектов в реализации маркетинговых стратегий, управлении ресурсами в условиях риска.

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

Реализация компетентного подхода в рамках курса «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» 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

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 к решению типовых расчетных заданий и кейсов

Суть метода расчетных 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 учебным заданием 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 учебным заданием: 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 комплексного задания по разделу дисциплины

Для выполнения комплексного задания (КЗ) по курсу «Финансовые измерения маркетинговых стратегий» 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 КЗ требует самостоятельного изложения рассматриваемого вопроса, переписывание разделов учебников, копирование Интернет-страниц не допускается. От обычного конспектирования учебной и научной литературы КЗ 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).

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

6.1. Основная литература

1 Лимитовский, М. А. Корпоративный финансовый менеджмент : учебно-практическое пособие / М. А. Лимитовский, В. П. Паламарчук, Е. Н. Лобанова ; ответственный редактор Е. Н. Лобанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 990 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-3708-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/425325>

2 Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03726-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/450000>

3 Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03727-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/453854>

4 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. - Загл. с экрана..

5 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. - Загл. с экрана..

6 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. — 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 Даниленко, Л. П. Английский язык для экономистов (B1–B2) : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Даниленко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 130 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07991-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/452149>
- 4 Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/450585>
- 5 Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08200-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/453234>
- 6 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.
- 7 Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/449862>
- 8 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.
- 9 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. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. Приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. №01- 2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy- ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

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 – 2021. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru>, свободный.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / Федер. служба гос. статистики. - Электрон. дан. - М., 2001 – 2021. – 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 – 2021. - Режим доступа: <http://www.fedsfm.ru>, свободный.
4. www.i-con.ru - Международные стандарты оценки (МСО)
5. [www. fd.ru](http://www.fd.ru) - сайт журнала «Финансовый директор»
6. [www. expert.ru](http://www.expert.ru) - сайт журнала «Эксперт»
7. www.finanalisis.ru - сайт «Финансовый анализ, библиотека бизнес- планов, бюджетирование»
8. www.cfin.ru - «РосБизнесКонсалтинг»
9. www.finmarket.ru - сайт инф.агентства «Финмаркет»
10. Бизнес-планирование: как разработать собственный проект предприятия. URL <https://businessxxl.ru/chto-takoe-biznes-plan-i-biznes-planirovanie/> Доступ 20.01.2021.
11. М.И. Бухалков. Бизнес-планирование проектов. URL https://www.cfin.ru/business-plan/business_planning.shtml.
12. Alejandro Cremades, How To Create A Business Plan. URL <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/07/24/how-to-create-a-business-plan/#1f85d58b7391>
13. Business Planning – Ultimate Guide to Crafting a Business Plan for Company Growth. URL <https://investmentbank.com/business-planning/>

6.6. Иные источники

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов: пер. с англ. / Р. Брейли, С. Майерс.— 2-е изд. — Москва: Олимп-Бизнес, 2008, 2012. URL: <https://vavtcaseclub.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0199/199143.ov1e13kss3.pdf>
2. Бригхэм Ю.Ф. Финансовый менеджмент: пер. с англ. / Ю.Ф. Бригхэм, М.С. Эрхардт. — 10-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2009.
3. Ван Хорн Дж. К. Основы финансового менеджмента: пер. с англ. / Дж. К. Ван Хорн, Дж.М. Вахович.— 12-е изд.— Москва: Вильямс, 2010.
4. Гуляева Е.Л. Гурунян Т.В. Каменская Н.Ю. Мельникова Т.И. Толкачева Н.А. Корпоративные финансы (авторская редакция). Учебное пособие — СИУ РАНХиГС, 2015 (формат pdf)
5. Мельникова Т.И. Теоретические основы финансового менеджмента. Учебно-методический комплекс — СибАГС, 2006 (формат pdf)
6. Мельникова Т.И. Теоретические основы финансового менеджмента. Хрестоматия — СибАГС, 2005 (формат pdf)
7. Мельникова Т.И. Написание курсовой работы по дисциплине "Управление стоимостью предприятия". Методическое пособие, рекомендации, указания — СибАГС,

2011 (формат pdf)

8. Мельникова Т.И. Управление стоимостью предприятия (авторская редакция). Курс лекций — СИУ РАНХиГС, 2016 (формат pdf)
9. Гурунян Т.В. Мельникова Т.И. Управление финансами в условиях банкротства. Учебное пособие — СибАГС, 2011 (формат pdf)
10. Агеева О.В. Гуляева Е.Л. Мельникова Т.И. Управление бюджетированием в организации. Учебное пособие — СибАГС, 2006 (формат pdf)
11. Мельникова Т.И. Финансовый менеджмент. Практикум — СибАГС, 2009 (формат pdf)
12. Мельникова Т.И. Толкачева Н.А. Финансовый менеджмент. Учебное пособие — СИУ РАНХиГС, 2015 (формат pdf)

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

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система; проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.