

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Финансовое обоснование маркетинговых решений»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц: 108 часа, из них – 16,3 часов контактной нагрузки: лекционных 2 час., практических 14 час.; 83 часа самостоятельной работы и 8,7 часов контроль знаний в форме экзамена по итогам 9 семестра.

Цель дисциплины: Получение базовых знаний в области управленческого учета и освоения основных подходов к оценке и финансовому обоснованию маркетинговых решений.

Задачи дисциплины:

- закрепление и углубление знаний магистрантов по общепрофессиональным и специальным маркетинговым дисциплинам;
- освоение приемов работы с экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении проблем применения в маркетинговой деятельности инструментов финансового менеджмента;
- развитие необходимых специалисту по маркетингу навыков практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам финансового обоснования маркетинговых решений;
- развитие навыков самостоятельной работы по финансовому обоснованию маркетинговых решений.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансовое обоснование маркетинговых решений» относится к вариативной части профессионального цикла ОПД ФГОС ВО (Б1.В.06) ООП магистратуры. Ее изучение запланировано в 9 семестре.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-8, ОПК-3, ОПК-4, ПК-2, ПК-4

Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОК-8	способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска	систему финансового управления на предприятиях различных сфер деятельности и форм собственности методы и инструменты финансового управления в маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и торговых сетей	ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать сущность и причины маркетинговых воздействий и их стоимость в ситуационном маркетинге	навыками организации финансового управления маркетинговыми воздействиями применительно к различным видам продукции, товаров, работ, услуг
ОПК-3	способность самостоятельно осуществлять	методы разработки, анализа и оценки	анализировать информацию о системе управления розничных торговых	Инструментарием мониторинга, анализа

	поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности	эффективности инновационных маркетинговых решений розничных торговых предприятий и сетей	предприятий и сетей, применять полученные знания для принятия необходимых решений в своей будущей профессиональной деятельности; осуществлять финансовое планирование и контроль маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и сетей; предлагать новые методы и инструменты финансового управления маркетинговой деятельностью розничных торговых предприятий и сетей	и оценки финансирования маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и сетей
ОПК-4	готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности	методы риск-менеджмента в организации финансирования маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и сетей	организовать разработку и реализацию проектов в соответствии со спецификой маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и сетей	навыками планирования и контроля финансирования маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий и сетей
ПК-2	готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности	Методологию исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры розничных рынков	Провести исследование, разработать и финансово обосновать маркетинговую бизнес-технологии управления розничным торговым предприятием или сетью	Методами оценки эффективности финансирования маркетингового управления розничными торговыми предприятиями и сетями
ПК-4	готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности	Методы финансирования анализа и оценки бизнес-среды организации	Применять показатели оценки эффективности финансирования мероприятий маркетинговых воздействий	Технологией проектирования и оценки эффективности финансирования мероприятий маркетинговых воздействий

Структура дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР
1	2	3	4	5	6	7	
1	Финансовые аспекты маркетинговой деятельности		1	4		14	
2	Методы формирования затрат на реализацию маркетинговых решений		1	2		14	
3	Прогноз и анализ эффективности затрат на реализацию маркетинговых воздействий			2		14	
4	Финансирование стратегических маркетинговых воздействий			2		14	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ	ЛР	СР	КСР
5	Финансирование операционных маркетинговых воздействий			2		14	
6	Финансирование тактических маркетинговых воздействий			2		23	
	<i>Итого:</i>	108	2	14		83	
	<i>Всего:</i>						

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Горбунов В.К. Потребительский спрос: аналитическая теория и приложения / В. К. Горбунов. - Ульяновск : [УлГУ], 2015. - 261 с.
2. Грушенко В.И. Стратегии управления компаниями : от теории к практической разработке и реализации / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с.
3. Ивасенко А.Г. Информационные технологии в экономике и управлении / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Гридасов, В. А. Павленко. - 4-е изд., стер. - Москва : КНОРУС, 2015. - 154 с.
4. Страхование: задачи и методы их решения [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" (степень-бакалавр) и специальностям/профилям "Финансы и кредит", "Мировая экономика" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И. В. Бабенко, Н. В. Бабенко ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - 2-е изд., испр. и доп. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2012. - 237 с. - Библиогр.: с. 212-214. - ISBN 9785820908361 : 13.00.

Автор: Воронов А.А.