

## Аннотации к рабочим программам дисциплин

### Аннотация к рабочей программы дисциплины

#### **Б1.В.14 Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетных единиц

**Цель дисциплины:** формирование у студентов понимания основ бюджетирования в маркетинговой деятельности, а также развитие навыков планирования и разработки бюджетов на продвижение и маркетинговых программ, распределения бюджета между различными каналами продвижения, оценки эффективности маркетинговых программ с использованием профессиональных сервисов и компьютерных программ формирования бюджетов на продвижение компании в интернет-среде.

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний терминологии, целей, задач, роли бюджетирования в маркетинговой деятельности, структуры и основных составляющих бюджета на продвижения, а также методов оценки экономической эффективности маркетинговых программ;
- освоение навыков планирования и разработки бюджета в рамках реализации продвижения компании в интернет-среде;
- развитие навыков выбора методов и моделей составления маркетингового бюджета;
- формирование навыков распределения маркетингового бюджета между каналами продвижения;
- приобретение навыков планирования и разработки бюджета в рамках реализации продвижения компании в онлайн-среде с использованием программных средств для планирования и формирования бюджета.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на третьем курсе по очной и на третьем курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» базируется на дисциплинах «Финансы коммерческого предприятия», «Реклама и продвижение в интернет» и имеет логическую связь с дисциплинами «Управление интернет-проектами», «Медиапланирование и Public Relations». В свою очередь дисциплина «Бюджетирование и оценка эффективности маркетинговых программ» является базой для изучения таких дисциплин как «Маркетинговый аудит», «Стратегии интернет-маркетинга».

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора*<br>достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                     | Результаты обучения по дисциплине<br>(знает, умеет, навык (владеет, может осуществить<br>трудовое действие))     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</b> |                                                                                                                  |
| ИПК-3.8. Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ                                                                                                                                                                    | Знает: Понятие, структуру и основных составляющих маркетингового бюджета, целей, задач и методов бюджетирования. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                              | Знает: Этапы оценки эффективности маркетинговых программ и методы ее расчета                                     |

| Код и наименование индикатора*<br>достижения компетенции                                                                                                                                                                                                             | Результаты обучения по дисциплине<br>(знает, умеет, навык (владеет, может осуществить<br>трудовое действие))                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Умеет: Планировать и разрабатывать бюджет на интернет-продвижение компании.                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Умеет: Выбирать модели составления маркетингового бюджета и методы оценки эффективности маркетинговых программ.                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Трудовое действие: Распределять маркетинговый бюджет между различными каналами продвижения, а также осуществлять выбор методик оценки эффективности в соответствии со стратегией продвижения компании.                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Трудовое действие: Формировать бюджет на продвижение компании в онлайн-среде и рассчитывать эффективность маркетинговых программ, рекламных каналов с использованием специализированных программных средств и сервисов. |
| <b>ПК 4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</b> |                                                                                                                                                                                                                         |
| ИПК 4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ                                                                                                                                                             | Знает: Понятие, структуру и основных составляющих маркетингового бюджета, целей, задач и методов бюджетирования.                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Знает: Этапы оценки эффективности маркетинговых программ и методы ее расчета                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Умеет: Планировать и разрабатывать бюджет на интернет-продвижение компании.                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Умеет: Выбирать модели составления маркетингового бюджета и методы оценки эффективности маркетинговых программ.                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Трудовое действие: Распределять маркетинговый бюджет между различными каналами продвижения, а также осуществлять выбор методик оценки эффективности в соответствии со стратегией продвижения компании.                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                      | Трудовое действие: Формировать бюджет на продвижение компании в онлайн-среде и рассчитывать эффективность маркетинговых программ, рекламных каналов с использованием специализированных программных средств и сервисов. |

### Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины  
(для очно-заочной формы обучения)

| №  | Наименование разделов (тем)                                                  | Количество часов |                   |    |    |
|----|------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|
|    |                                                                              | Всего            | Аудиторная работа |    |    |
|    |                                                                              |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |
| 1. | Основы бюджетирования в маркетинговой деятельности.                          | 11               | 4                 | 1  | 8  |
| 2. | Методика планирования и разработки маркетингового бюджета.                   | 9                |                   | 1  | 6  |
| 3. | Подходы при определении затрат на маркетинг.                                 | 5                | 4                 | 1  | 2  |
| 4. | Методы распределения бюджета на продвижение компании в интернет-среде.       | 11               |                   | 1  | 8  |
| 5. | Особенности составления бюджета на интернет-продвижение компании.            | 5                | 4                 | 1  | 2  |
| 6. | Принципы и методы оценки экономической эффективности маркетинговых программ. | 7                |                   | 1  | 4  |

|    |                                                                                                                      |      |    |    |  |    |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|--|----|
| 7. | Основные показатели эффективности продвижения компании в интернете.                                                  | 10   | 4  | 2  |  | 4  |
| 8. | Специализированные компьютерные программы и онлайн-сервисы, применяемые в бюджетировании маркетинговой деятельности. | 12   | 6  | 2  |  | 4  |
| 9. | Контроль и анализ маркетингового бюджета.                                                                            | 8    | 2  | 2  |  | 4  |
|    | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>                                                                                  | 78   | 24 | 12 |  | 42 |
|    | Контроль самостоятельной работы (КСР)                                                                                | 3    |    |    |  |    |
|    | Промежуточная аттестация (ИКР)                                                                                       | 0,3  |    |    |  |    |
|    | Подготовка к текущему контролю                                                                                       | 26,7 |    |    |  |    |
|    | Общая трудоемкость по дисциплине                                                                                     | 108  |    |    |  |    |

**Курсовые работы:** *не предусмотрена*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *экзамен*

Автор Д.П. Кайфеджан