

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.10.2022 17:25:42

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Программа подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации

Центр подготовки управленческих кадров

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра подготовки

управленческих кадров

к.э.н., доцент О.В. Баканач



подпись

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | <u>ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ</u> |
| <i>Программы профессиональной переподготовки</i> | Маркетинг |
| <i>Тип программы</i> | Проектно-ориентированная программа (тип А - advanced) |
| <i>Направление подготовки (в рамках Государственного плана)</i> | Маркетинг |

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
3. Перечень тем и их содержание
4. Методические указания по освоению дисциплины
5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации

1. Цели и задачи дисциплины.

Цель дисциплины. Дисциплина Финансовые аспекты маркетинговых решений предусматривает использование систематизированных теоретических и практических знаний в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности по расчету эффективности использования активов, рентабельности и результатов деятельности компании; планированию и разработке бюджета маркетинговых исследований и бюджета расходов отдела маркетинга; расчету финансовых коэффициентов.

Задачи:

- научить анализировать рынок финансовых услуг;
- сформировать навыки разработки плана маркетинговых действий;
- дать основ организации контроля за маркетинговой деятельностью;
- научить разрабатывать корректирующие действия по результатам анализа рынка и контроля выполнения плана.

2. Место дисциплины в структуре ОП.

Дисциплина Финансовые аспекты маркетинговых решений входит в Раздел 2 «Функциональная подготовка» структуры проектно-ориентированной программы.

Междисциплинарные связи

| № п/п | Наименование дисциплин | №№ тем данной дисциплины | |
|-------|--------------------------|--------------------------|---|
| | | 1 | 2 |
| 1 | Экономика для менеджеров | + | + |
| 2 | Финансовый менеджмент | + | + |
| 3 | Работа над проектом | + | + |

3. Перечень тем и их содержание.

3.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий: Тематический план дисциплины Финансовые аспекты маркетинговых решений представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

| Темы | Аудиторные занятия | | Электронное обучение | Общая трудоемкость без прочей самостоятельной работы |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--|
| | очные | дистанционные | | |
| <u>Тема 1.</u> Финансовые аспекты деятельности компании | 3 | 1 | | 4 |
| <u>Тема 2.</u> Элементы экономической теории: функция спроса и эластичность, типы рынков и поведение фирм производителей | 3 | - | 1 | 4 |
| Итого | 6 | 1 | 1 | 8 |

3.2. Содержание разделов и тем.

Тема 1. Финансовые аспекты деятельности компании. Баланс. Разделы баланса. Виды активов и пассивов. Отчет о прибылях и убытках. Оценка результатов деятельности и финансового положения компании. Показатели ликвидности. Финансовые аспекты в принятии управленческих решений. Виды ресурсов. Взаимосвязь издержек и объемов производства. Постоянные и переменные издержки. Анализ безубыточности. Применение модели анализа безубыточности для определения приемлемого уровня цен. Допущения анализа безубыточности. Методы расчета себестоимости. Подходы к расчету себестоимости, применяемые для оценки прибыльности различных продуктов и принятия управленческих решений. Калькуляция себестоимости по переменным издержкам. Калькуляция себестоимости по переменным затратам, дополнительные затраты и бизнес-решения. Анализ инвестиционных решений. Критерии оценки инвестиционных решений. Методы расчета амортизационных отчислений. Прямолинейный метод. Метод процентного уменьшения цены. Метод фиксированного процента от учетной стоимости. Метод суммы чисел лет. Финансовые аспекты управленческих решений на предприятиях розничной торговле Расчет НДС. Прибыль в розничной торговле. Ценовые скидки. Скорость оборота запасов и прибыльность операций компании.

Тема 2. Элементы экономической теории: функция спроса и эластичность, типы рынков и поведение фирм производителей. Введение в экономику. Экономические процессы. Характеристика экономических процессов и их виды. Переменные, используемые в экономических исследованиях.

Функциональные зависимости. Простейшие функциональные зависимости. Направление и количественные характеристики функциональной зависимости между спросом и ценой. Эффект увеличения реального дохода. Эффект замещения. Закон Госсена. Кривая спроса. Факторы зависимости спроса. Формула для кривой индивидуального спроса. Характеристики функциональной зависимости. Угол наклона кривой спроса. Кривая совокупного спроса. Кривая выручки от продаж. Эластичность. Определение и формулы для нахождения эластичности. Характеристики ценовой эластичности спроса. Изменение эластичности при движении вдоль кривой спроса. Эластичный и неэластичный спрос. Единичная эластичность. Эластичные и неэластичные товары. Сдвиги кривой спроса и их влияние на эластичность. Эластичность спроса по доходам. Эластичность спроса по доходу на товары повседневного спроса. Эластичность по доходу для предметов роскоши. Эластичность спроса по доходу для товаров низкого качества. Перекрестная эластичность.

4. Методические указания по освоению дисциплины.

4.1 Контактная работа.

Контактная работа осуществляется с использованием *активных методов обучения*, позволяющих специалистам совершенствовать умения и навыки, компетенции, приобретать опыт управленческой работы. Могут включать в себя: тренинги, метод кейс-стади, практические семинары, игровые имитации (бизнес-симуляции), мастер-классы, экспертные консультации, социальное обучение, обучение действием, дискуссии, дебаты, мозговой штурм, митап.

4.2 Дистанционные образовательные технологии.

Использование дистанционных образовательных технологий допускается на образовательных программах в двух видах:

– *синхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда все участники обучения взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени, в одно и то же время. Примерами являются: вебинар, видеоконференция, видеоконсультация и обратная связь онлайн, чат-румы, общение по Skype, виртуальные классы (live virtual), работа в виртуальных коллаборативных пространствах и любые иные форматы, в которых участники находятся онлайн и взаимодействуют одновременно;

– *асинхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда участники обучения используют электронные ресурсы для приобретения информации, выполнения заданий, выдвижения идей, обмена идеями и информацией, а также для иных форм взаимодействия без наличия ограничений по времени и месту, и зависимости от вовлеченности других участников обучения и преподавателя в обучение в то же самое время.

4.3 Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа включает работу с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет, цифровыми платформами, с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях.

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Перечень литературы.

1. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. / Ефимова С.А. -М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/FDD0CEC5-6C1A-4F03-B035-CE1B17C6B942>
2. Соловьев Б. А. Маркетинг: Учебник по курсу Маркетинг для программы МВА/ Соловьев Б. А. -М.: Изд-во [Инфра-М](#), 2018. С. 383
3. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. В 2– х т. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – М.: Омега – Л, Эльга, 2017. – 1330 с.
4. Бобылева, А. З. Финансовые управленческие технологии / А.З. Бобылева. – М.: ИНФРА– М, 2017. – 494 с

5.2 Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения.

1. «Маркетинговая стратегия». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sseu.ru/anonsy/priglashaem-na-master-klass>
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nns.ru/>
3. Электронная информационно-образовательной среда СГЭУ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru>

4. Электронная библиотечная система «Айбукс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

5.3. Специальные помещения

| | |
|---|---|
| Учебные аудитории для проведения аудиторных занятий | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
|---|---|

6. Формы контроля и системы оценивания по дисциплине:

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в российских образовательных организациях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

| Вид контроля | Форма контроля | Отметить нужное знаком « +» |
|------------------------|---|-----------------------------------|
| Текущий контроль | Письменная работа (эссе) | + |
| | Наблюдение (в ходе выполнения учебных задач) | + |
| | Решение задач определенного типа | + |
| | Представление результатов и рекомендаций по полученным итогам деловой ситуации (кейс-стади) | + |
| | Тестирование (компьютерное тестирование) | + |
| | Кейс (задание на анализ практической ситуации) | + |
| Промежуточный контроль | Тестирование по общей экономической подготовке в автоматизированном режиме в информационной системе Модеус* | |
| | Дифференцированный зачет** | + |

* Промежуточная аттестация осуществляется по окончании 2 этапа обучения и предусматривает тестирование по общей управленческой подготовке, включающей управление маркетингом (блок 3), которое проводится в автоматизированном режиме в информационной системе Модеус. Прохождение теста предусматривает 10 вопросов.

**Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, форма контроля, которая предусматривает оценивание усвоения обучающего материала по определенной учебной дисциплине в основном на основании результатов выполненных ими индивидуальных заданий.

Шкала и критерии оценки (экзамен)

| Отлично | Хорошо | Удовлетворительно |
|---|---|---|
| 1. Полно раскрыто содержание вопросов индивидуального письменного задания; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций. | 1. В изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций. |
| Повышенный уровень сформированности компетенций | | Пороговый уровень |

Разработчики:

Д-р.экон.наук, профессор

Яхнеева И.В.

ФИО