

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет управления и экономико-технологического образования  
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

2016 г.



## **Финансовые аспекты маркетинга**

**Программа учебной дисциплины**  
Направление 38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль «Маркетинг»

*заочная форма обучения*

Волгоград  
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования  
«30» июня 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой Сиря Вигурова Г.М. «30» июня 2016 г.  
(подпись) (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «29» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета Вигурова Г.М. Сиря «29» августа 2016 г.  
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»  
«29» августа 2016 г., протокол № 1

#### Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № 1

Сиря Вигурова Г.М. 19.06.17  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

#### Разработчики:

Мельникова Юлия Васильевна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Финансовые аспекты маркетинга» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 мая 2016 г., протокол № 13).

## **1. Цель освоения дисциплины**

Зучение и практическое освоение студентами финансовых аспектов маркетинга.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Финансовые аспекты маркетинга» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Финансовые аспекты маркетинга» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Анализ поведения потребителей», «Логистика», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Организация продаж», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Реклама», «Стратегический маркетинг», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация», «Управление продуктом».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Бренд-менеджмент», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг образовательных услуг», «Маркетинговое консультирование», «Международный маркетинг», «Организация связей с общественностью», «Промышленный маркетинг», «Управление маркетингом», прохождения практики «Преддипломная практика».

## **3. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

### **В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

#### ***знать***

– элементарные вопросы финансового учета как системы выведения хозяйственных записей;

– понятие бюджетирования;

– основы анализа финансовых коэффициентов;

#### ***уметь***

– рассчитывать эффективность использования активов, рентабельности и результатов деятельности компании;

– планировать и разрабатывать бюджет маркетинговых исследований и бюджет расходов отдела маркетинга;

– рассчитывать финансовые коэффициенты;

#### ***владеть***

– методиками расчета эффективности активов, рентабельности и результатов деятельности компании;

– методиками планирования бюджетов маркетинговых служб и исследований;

– методиками расчета финансовых коэффициентов.

#### 4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4л
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	14	14
В том числе:		
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
<b>Самостоятельная работа</b>	90	90
<b>Контроль</b>	4	4
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Практическое применение финансовых аспектов в деятельности маркетинга	Анализ ассортимента предлагаемых товаров и/или услуг с целью повышения финансовой эффективности предприятия. Принципы анализа ассортимента; Изменение цены на продукт. Оценка целесообразности
2	Участие отдела маркетинга в процессе бюджетирования	Бюджетирование в организации. Цель, организация процесса, основные этапы бюджетирования; Этапы бюджетирования с зоной ответственности (или участия) службы маркетинга.
3	Анализ деятельности маркетинговой службы на основании финансовой отчетности	Взаимосвязь финансовых коэффициентов и целей маркетинга (пирамида Дюпон). Различные варианты расчета и применения финансовых показателей при оценке маркетинговой деятельности предприятия. Основные ошибки и рекомендации по правильному применению финансовых показателей при оценке деятельности маркетинговой службы. Анализ зависимости между затратами, объемом и прибылью в условиях большого ассортимента.

##### 5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Практическое применение финансовых аспектов в деятельности маркетинга	1	3	–	30	34
2	Участие отдела маркетинга в процессе бюджетирования	1	3	–	30	34
3	Анализ деятельности маркетинговой службы на основании финансовой	2	4	–	30	36

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **6.1. Основная литература**

1. Финансы (4-е издание) [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит»/ Г.Б. Поляк [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 735 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52591>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Нешиной А.С. Финансы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Нешиной А.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 352 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4550>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10937>.— ЭБС «IPRbooks».

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Барбарская М.Н. Организация финансов на микроуровне [Электронный ресурс]/ Барбарская М.Н.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 188 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29789>.— ЭБС «IPRbooks».

2. Алёшин В.А. Финансовый маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Алёшин В.А., Зотова А.И., Шевченко Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011.— 158 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47188>.— ЭБС «IPRbooks».

## **7. Ресурсы Интернета**

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).
2. Информационно-справочная система "Гарант".
3. ЭБС Лань (<http://e.lanbook.com/>).

## **8. Информационные технологии и программное обеспечение**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
2. Графический редактор.

## **9. Материально-техническая база**

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Финансовые аспекты маркетинга» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий.
2. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Финансовые аспекты маркетинга» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

## **11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной

аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Финансовые аспекты маркетинга» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

## **12. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.