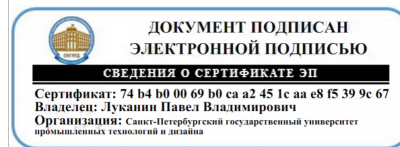


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Финансы для маркетологов

Учебный план: _____ ФГОС3++b380302МРА-1_26-14.plx

Кафедра: Финансов и учета

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки:
(специализация) Маркетинг и рыночная аналитика

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, доцент

Шмулевич
Викторовна

Татьяна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой финансов и учета

Морозов О.А.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области функционирования финансов в современной экономике, умения и навыки практического использования механизма организации финансовых отношений для решения профессиональных задач в сфере маркетинга

1.2 Задачи дисциплины:

- раскрыть экономическое содержание, общественное назначение категории «финансы» и ее роль в маркетинговой деятельности;
- представить методы анализа финансовой эффективности маркетинговых стратегий;
- рассмотреть взаимосвязь между финансовыми и маркетинговыми показателями, основы финансового планирования и прогнозирования в маркетинге;
- сформировать умения комплексно анализировать и интерпретировать финансовую информацию маркетинговой деятельности предприятий

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

Знать: основные финансовые понятия и показатели, используемые в маркетинге, принципы бюджетирования маркетинговых кампаний и исследований, методы анализа финансовой эффективности маркетинговых стратегий, взаимосвязь между финансовыми и маркетинговыми показателями, основы финансового планирования и прогнозирования в маркетинге

Уметь: анализировать финансовые данные для оценки эффективности маркетинговых кампаний, рассчитывать ключевые финансовые показатели, разрабатывать бюджет маркетинговых исследований, использовать финансовые данные для принятия решений в рамках комплекса маркетинга, интерпретировать финансовые отчеты.

Владеть: навыками работы с финансовыми данными и их анализа, методами расчета и интерпретации финансовых показателей, навыками бюджетирования маркетинговых кампаний и исследований, техниками использования финансовых данных для принятия маркетинговых решений, навыками подготовки отчетов и презентаций на основе финансового анализа.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Сущность финансов и финансовая система	7				О
Тема 1. Сущность, функции и роль финансов в общественном воспроизводстве Понятие и сущность финансов. Функции финансов..Роль финансов в эффективном функционировании современной экономики.Сопоставление категории «финансы» с другими экономическими категориями.Финансовый рынок и его роль в привлечении и перераспределении финансовых ресурсов.		2	2	8	
Тема 2. Основы функционирования финансов коммерческих и некоммерческих предприятий Понятие и сущность финансов хозяйствующего субъекта. Функции финансов предприятия. Принципы организации финансов предприятия. Основы функционирования финансов коммерческих предприятия. Принципы финансирования коммерческих предприятий.		2	4	10	
Раздел 2. Финансовые аспекты маркетинговой деятельности					К
Тема 3. Финансовый анализ в маркетинге Основная цель и задачи проведения финансового анализа в маркетинге. Финансовая система показателей маркетинговой деятельности.Анализ эффективности маркетинговых кампаний. Методы проведения финансового анализа в маркетинге: статистический метод оценки; применение математического моделирования; составление моделей возможных процессов и рисков; эвристические методы (метод экспертной оценки); многомерное исследование в анализе.. Порядок проведения финансового анализа в маркетинговом контроле. Структура и этапы проведения финансового анализа.		4	6	10	

Тема 4. .Финансовое планирование и бюджетирование в маркетинге Сущность и структура бюджета маркетинга. Бюджет как составная часть плана маркетинга. Источники доходов маркетинга. Расходы маркетинга. Способы формирования бюджета маркетинга. Значение бюджета маркетинга. Ошибки при формировании бюджета маркетинга.		3	6	12	
Тема 5. Инвестиционные решения в маркетинге Концепция инвестиционной деятельности в маркетинге. Основные виды маркетинговых инвестиционных проектов. Функции отдела маркетинга в области инвестиционной деятельности. Принципы выбора приоритетных направлений инвестиционной деятельности в маркетинге.Эффективность инвестиционных проектов.		4	6	10	
Тема 6. Управление оборотными активами при реализации маркетинговых кампаний предприятий. Методы анализа эффективности управления оборотными средствами и проблемы их применения. Основные механизмы комплексного управления текущими активами и пассивами. Методы и инструменты управления денежными активами. дебиторской задолженностью и запасами. Финансовые стратегии управления оборотными средствами при реализации маркетинговых планов предприятий.			6		
Тема 7. Тема 6 Инструменты управления оборотными активами при реализации маркетинговых планов предприятий Методы анализа эффективности управления оборотными средствами и проблемы их применения. Основные механизмы комплексного управления текущими активами и пассивами. Методы и инструменты управления денежными активами. дебиторской задолженностью и запасами. Финансовые стратегии управления оборотными средствами при реализации маркетинговых планов предприятий.		2	4	6,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	1. Дает основные финансовые понятия и показатели, используемые в маркетинге, принципы бюджетирования маркетинговых кампаний и исследований, методы анализа финансовой эффективности маркетинговых стратегий, взаимосвязь между финансовыми и маркетинговыми показателями, основы финансового планирования и прогнозирования в маркетинге 2. Демонстрирует способность анализировать финансовые данные для оценки эффективности маркетинговых кампаний, рассчитывать ключевые финансовые показатели, разрабатывать бюджет маркетинговых исследований, применять финансовые данные для принятия решений в рамках комплекса маркетинга, интерпретировать финансовые отчеты 3. Анализирует финансовые данные, применяет методы интерпретации финансовых показателей, навыки бюджетирования маркетинговых кампаний и исследований, навыки подготовки отчетов и презентаций на основе финансового анализа.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание теоретических и практических аспектов финансов и достаточно широкую эрудицию в оцениваемой области. Актуальный и оригинальный подход к излагаемому материалу	не предусмотрено
Не зачтено	Обучающийся не имеет достаточного уровня знания дисциплины; не может сформулировать базовые принципы функционирования централизованных и децентрализованных финансов; плохо ориентируется в терминологии дисциплины; плохо знаком с обязательными литературными источниками; присутствуют серьезные пробелы в знаниях или существенные ошибки.	не предусмотрено

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Сущность финансов и их признаки
2	Сущность финансов и их функции.
3	Понятие и классификация финансовых ресурсов
4	Современное состояние финансовых ресурсов в РФ.
5	Структура финансовой системы государства
6	Понятие и структура финансового рынка
7	Сущность финансов хозяйствующего субъекта. Функции и принципы организации финансов предприятий

8	Основы функционирования финансов коммерческих предприятия
9	Цель и задачи проведения финансового анализа в маркетинг
10	Финансовая система показателей маркетинговой деятельности
11	Методы проведения финансового анализа в маркетинге
12	Последовательность проведения финансового анализа в маркетинговом контроле
13	Сущность и структура бюджета маркетинга
14	Источники доходов маркетинга
15	Расходы маркетинга
16	Методы формирования бюджета маркетинга
17	Показатели эффективности инвестиционных проектов в маркетинге
18	Методы и инструменты управления денежными активами. дебиторской задолженностью и запасами.
19	Финансовые стратегии управления оборотными средствами при реализации маркетинговых планов предприятий.

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Оборачиваемость дебиторской задолженности определяется как отношение ...
а. выручки от реализации к средней дебиторской задолженности;
б. сомнительной дебиторской задолженности к дебиторской задолженности;
в. оборотных активов к дебиторской задолженности.
2. Показатель системы Du Pont, характеризующий эффективность основной деятельности:
а. рентабельность продаж
б. оборачиваемость активов
в. финансовый рычаг
3. Определите, на сколько процентов увеличится прибыль предприятия при увеличении объема реализации на 12%. Квартальный выпуск продукции – 8000 изделий. Переменные затраты на единицу продукции составляют 1500 ден. ед., цена реализации – 2500 ден. ед. Постоянные затраты за квартал равны 4800 тыс. ден. ед.
Варианты ответа:
а. 15%
б. 30%
в. 45%
4. Коэффициент текущей ликвидности в маркетинге – это отношение:
а. активов к собственному капиталу;
б. суммы оборотных активов к сумме краткосрочных пассивов;
в. разницы оборотных активов и краткосрочных пассивов к объему продаж;
г. собственного капитала к активам-д. суммы краткосрочных пассивов к сумме оборотных активов.
5. Отношение текущей стоимости притоков денежных средств, образовавшихся в результате реализации инвестиционного проекта, к текущей стоимости вложений в него – это ...
а. внутренняя норма прибыли
б. коэффициент окупаемости инвестиционного проекта
в. индекс доходности инвестиций
6. Высокий уровень операционного леввериджа обеспечивает улучшение финансовых результатов от реализации при:
а. снижении выручки от реализации
б. неизменности выручки от реализации
в. росте выручки от реализации
7. Механизм воздействия на сумму прибыли за счет изменения соотношения постоянных и переменных издержек
а. операционный левверидж
б. финансовый левверидж
в. левверидж активов

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания не предусмотрены

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время, отводимое на подготовку ответа на зачете, составляет не более 35 мин. в это время входит подготовка ответа на теоретический вопрос, ответа на тестовые вопросы. Для расчетов студенту необходимо иметь калькулятор.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Толкаченко, О. Ю.	Корпоративные финансы	Тверь: Тверской государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/111577.html
Коробейникова, Е. В., Жирнова, Т. В.	Финансы	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2020	https://www.iprbookshop.ru/105087.html
Аксенова, Н. И., Баранова, И. В., Безгинова, Ю. А., Приходько, Е. А., Ходжич, Е. В.	Финансы	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2021	https://www.iprbookshop.ru/126607.html
Дмитриева, И. Е., Ярошенко, Е. А.	Финансы	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	https://www.iprbookshop.ru/95599.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Таскаева, Н. Н.	Финансы	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/101888.html
Лейзин И. Б., Логинов П. О.	Финансы	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020112
Т. В. Шмулевич	Финансы. Выполнение курсовой работы. Методические указания для студентов всех форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 — Менеджмент Профиль «Финансовый менеджмент»	ВШТЭ СПбГУПТД	2024	https://nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/1712530977.pdf
Толкаченко, О. Ю.	Корпоративные финансы	Тверь: Тверской государственный университет	2020	https://www.iprbookshop.ru/111577.html
Ковалев В.В., Ковалев Вит.В.	Корпоративные финансы : учебник. — 2-е изд., перераб. и доп.	Москва: Проспект	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=369644
Александрова, А. А.	Финансы	Симферополь: Университет экономики и управления	2020	http://www.iprbookshop.ru/101404.html
Олейникова, И. Н., Решетило, Т. В.	Финансы, денежное обращение и кредит	Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики	2019	https://www.iprbookshop.ru/108106.html
Лукаевич, И. Я., Фролова, В. Б., Древинг, С. Р., Борисова, О. В., Абалакина, Т. В., Воротникова, И. В., Головецкий, Н. Я., Гребеник, В. В., Морозко, Н. И., Лукасевича, И. Я.	Управленческие финансы	Москва: Прометей	2019	http://www.iprbookshop.ru/94566.html
Захарова, И. В.	Маркетинг	Саратов: Ай Пи Ар Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/86470.html
Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т., ред.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359620

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

- 1.Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
- 2.Электронная библиотека ВШТЭ СПб ГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://nizrp.narod.ru>
- 3.Банк России [Электронный ресурс]. URL:<http://www.cbr.ru>
4. Министерство финансов РФ [Электронный ресурс].URL:<http://www.minfin.ru>
- 5.Федеральная налоговая служба РФ [Электронный ресурс] .URL:<https://www.nalog.gov.ru/>
- 7.Федеральная таможенная служба России [Электронный ресурс].URL: <http://customs.ru/>
6. РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс]. URL:<http://www.rbc.ru>
7. Рейтинговое агентство «Эксперт» [Электронный ресурс].URL:<http://https://expert.ru/>
- 8.Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/>
- 9.Справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс].URL:<http://www.consultant.ru/>
- 10.Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>
- 11.База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>
- 12.Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска