МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«_____»_____20 18 г.

МАРКЕТИНГ-КОНТРОЛЛИНГ И АУДИТ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Сердобольская И.О.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 5
7.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 5
7.2. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 6
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7
9.1 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7
9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА . **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**
10 ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 8
11 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов экономического мышления, основанного на использовании теории и практики контроллинга и аудита в сфере маркетинговой деятельности.

Задачи учебной дисциплины «Маркетинг-контроллинг и аудит»:

- формирование у студентов навыков использования контроллинга и аудита в маркетинговой деятельности;
- изучение инструментария маркетинг-контроллинга и его применения в деятельности маркетинговых структур;
- освоение методов маркетинг-аудита;
- приобретение обучающимися навыков, необходимых для организации контроллинга маркетинговой деятельности и осуществления маркетинг-аудита.

В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в маркетинговой деятельности посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ. «Маркетинг контроллинг и аудит» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-11: владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Второй (углубленный) уровень (ПК-11) - 2	Знать: основные правила и методы анализа маркетинговой информации, используемой в системе внутреннего документооборота; способы ведения баз данных; принципы формирования информационного обеспечения участников маркетинговых организационных проектов З2 (ПК-11); Уметь: анализировать маркетинговую информацию, используемую в системе внутреннего документооборота; вести базы данных по различным показателям и формировать информационное обеспечение участников маркетинговых организационных проектов У2 (ПК-11); Владеть: навыками анализа маркетинговой информации; ведения баз данных по различным показателям; формирования информационного обеспечения участников маркетинговых организационных проектов В2 (ПК-11)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен - 8 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
1. Контроллинг и аудит в системе маркетинга	4	4		16
2. Функции, задачи и виды контроллинга	4	2		18
3. Контроллинг сбыта	4	4		18
4. Контроллинг товарной политики	4	2		18
5. Информационное обеспечение и организация маркетинг-контроллинга	4	4		18
6. Стратегический маркетинг-аудит	6	4		18
7. Оценка эффективности маркетинг-контроллинга и маркетинг-аудита	6	4		18
Всего по дисциплине:	32	24		124

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Контроллинг и аудит в системе маркетинга

Терминология, взаимосвязь маркетинг-контроллинга, контроля и аудита. Контроллинг плана маркетинга, его взаимосвязь со всеми составляющими общего плана фирмы. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат. Методы анализа, контроллинг сбыта. Затраты на маркетинг-контроллинг и их структура. Место затрат на контроллинг в структуре затрат на маркетинговую деятельность и в общих затратах фирмы. Учет и анализ обратных связей и маркетингового потенциала. Аудит в системе маркетинга: планирование и организация ревизий основной функций и результатов деятельности служб маркетинга.

Тема 2. Функции, задачи и виды контроллинга

Функции и задачи маркетинг-контроллинга. Требования, предъявляемые к маркетинг-контроллингу. Система маркетинг-контроллинга. Объекты контроллинга: стратегия развития фирмы, планирование и организация маркетинга. Виды контроллинга: стратегический, оперативный.

Тема 3. Контроллинг сбыта

Анализ возможностей сбыта. Контроллинг сбыта продаж по сегментам рынка, видам товаров, регионам. Контроллинг взаимодействия фирмы с покупателями.

Тема 4. Контроллинг товарной политики

Направления контроллинга: оценка жизненного цикла товара, управление товарным ассортиментом, инновационный маркетинг, концепции упаковки товара и технологии обслуживания потребителей.

Тема 5. Информационное обеспечение и организация маркетинг-контроллинга

Информационное обеспечение, его роль и значение для организации и проведения контроллинга и аудита. Организационная структура службы контроллинга на предприятии. Права, обязанности и ответственность специалистов контроллинга и аудита.

Тема 6. Стратегический маркетинг-аудит.

Направления стратегического маркетинг-аудита: общие маркетинговые цели, стратегический подход, пересмотр качества маркетинга. Инструментарий стратегического маркетинг-аудита.

Тема 7. Оценка эффективности маркетинг-контроллинга и маркетинг-аудита

Эффективность контроллинга и аудита: понятие и методы оценки.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1.	Контроллинг плана маркетинга, его взаимосвязь со всеми составляющими общего плана фирмы	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
2.	Объекты контроллинга: стратегия развития фирмы, планирование и организация маркетинга	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
3.	Контроллинг взаимодействия фирмы с покупателями	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
4.	Направления контроллинга: оценка жизненного цикла товара, управление товарным ассортиментом	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
1-4	Презентация аналитической работы 1	СЗ / Презентация
5.	Организационная структура службы контроллинга на предприятии	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
6.	Инструментарий стратегического маркетинг-аудита.	ПЗ / Кейс
7.	Эффективность контроллинга и аудита: понятие и методы оценки	ПЗ / Кейс
5-7.	Презентация аналитической работы 2	СЗ / Презентация

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину. В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1-4	Подготовка разделов аналитической работы 1. Подготовка к экзамену.
5-7	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 2. Подготовка к экзамену.
1-7	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к экзамену.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1, обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Маркетинг-контроллинг и аудит» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (темы №№2, 4);
- анализ конкретных ситуаций (темы №№ 1, 2, 3, 4, 5);
- кейс-технология (темы №№ 6,7)

Проблемная лекция - лекция характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Анализ конкретных ситуаций - анализ предложенной ситуации, как совокупности

фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Кейс-технология - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 - Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основная/ доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	*2*	*3*	*4*
1. Оценка результативности маркетинга : учебно-методическое пособие [для образовательной программы 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) : Маркетинг и управление брендами / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Кафедра маркетинга ; [сост. Я.Ю. Салихова, В.В. Лизовская, А.Н. Аминова].— Санкт-Петербург : [б.и.], 2019.— 1 файл (1,3 МБ).— Текст (визуальный) : электронный	Осн.	-	ЭБ OPAC.UNECON.RU
2. Рыжикова, Т.Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учеб. пособие / Т.Н. Рыжикова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 225 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	Осн.	-	ЭБС ZNANIUM
3. Юлдашева, О.У. Экономика маркетинга : учебное пособие / О.У. Юлдашева Я.Ю. Салихова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т, Кафедра маркетинга.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016.— 90 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	55	ЭБ OPAC.UNECON.RU
4. Мелентьева, Н.И. Маркетинг-контроллинг и маркетинг-аудит : учеб. пособие / Н.И.Мелентьева ; Федер. агентство по образованию, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. маркетинга.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009.— 63 с. : ил. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	45	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru

2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10 ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.