

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 30.01.2025 04:50:02
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Л.Н. Костина

25.03.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.03.15 **"Контроллинг маркетинговых систем"**

Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль "Маркетинг"

Квалификация	<i>академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>заочная</i>
Общая трудоемкость	<i>4 ЗЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2021</i>

Составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

_____ И.М. Ягнюк

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ В.Ю. Лунина

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Контроллинг маркетинговых систем" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016 г.)

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ Профиль "Маркетинг", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 25.03.2021 протокол № 8/4.

Срок действия программы: 2021-2025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 29.01.2021 № 6

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
подготовка обучающихся к принятию управленческих решений в области маркетинга и управления, направленных на удовлетворение потребностей потребителей в условиях модернизации организационных и информационных структур, вызванных необходимостью решения как краткосрочных, так и долгосрочных проблем развития предприятий и организаций.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
– сформировать знания о подходах контроллинга в системе менеджмента и продукции в организации;	
- овладеть приемами и навыками оценки состояния организации с точки зрения контроллинга маркетинговых систем;	
- овладеть механизмом организации контроллинга маркетинговых систем в организации;	
- дать представление обучающимся о состоянии, проблемах и перспективах применения контроллинга в хозяйственной деятельности предприятий;	
- научить анализировать различные варианты управленческих решений с точки зрения их организационно-экономической эффективности.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.03
<i>1.3.1. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности	
Маркетинг	
<i>1.3.2. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Методы принятия управленческих решений	
Стратегический маркетинг	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</i>	
Знать:	
Уровень 1	сущность, функции и виды контроллинга
Уровень 2	основы стратегического управления маркетинговыми системами основы оперативного управления маркетинговыми системами понятие аудита маркетинговых систем
Уровень 3	системы показателей маркетинга
Уметь:	
Уровень 1	использовать системы показателей в маркетинге
Уровень 2	использовать системы показателей в маркетинге
Уровень 3	использовать системы показателей в маркетинге
Владеть:	
Уровень 1	показателями маркетинга
Уровень 2	системами показателей маркетинга
Уровень 3	системами показателей маркетинга в практической деятельности
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ДПК-12: владением методикой принятия управленческих решений на базе данных контроллинга и методическими основами систематизации, обобщения и анализа информации о результатах функционирования системы контроллинга</i>	
Знать:	
Уровень 1	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений

Уровень 2	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений
Уровень 3	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений
Уметь:	
Уровень 1	обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
Уровень 2	разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем
Уровень 3	разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
Владеть:	
Уровень 1	методами стратегического и оперативного контроллинга
Уровень 2	методами обработки полученной в результате анализа информации
Уровень 3	интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта

В результате освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" обучающийся

3.1	Знать:
	сущность, функции и виды контроллинга; основы стратегического управления маркетинговыми системами; основы оперативного управления маркетинговыми системами; понятие аудита маркетинговых систем; системы показателей маркетинга; инструментарий стратегического и оперативного контроллинга; инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений
3.2	Уметь:
	использовать системы показателей в маркетинге; разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем; обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
3.3	Владеть:
	системами показателей маркетинга в практической деятельности; методами стратегического и оперативного контроллинга; методами обработки полученной в результате анализа информации; интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Контроллинг маркетинговых систем" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
---	----------------	-------	-------------	------------	------------	------------

Раздел 1. Теоретические основы контроллинга						
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Лек/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Ср/	4	19	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Сем зан/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Ср/	4	19	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Механизм осуществления логистического контроллинга						
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Ср/	4	17	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Сем зан/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Ср/	4	17	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Сем зан/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Ср/	4	17	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга /Лек/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга /Ср/	4	17	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга /Лек/	4	2	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга /Ср/	4	17	ДПК-12 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), практические занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) повыполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой

лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л1.2	Ховард К.	Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе: Учебник (255 с.)	М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998
Л1.3	Ассэль Г.	Маркетинг: принципы и стратегия : Учебник (804 с.)	М. : ИНФРА-М, 1999
Л1.4	Котлер Филип	Маркетинг менеджмент : Анализ, планирование, внедрение, контроль (896 с.)	СПб. : Питер, 1999
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	В. Ю. Лунина, В. Е. Малиненко, В. Н. Ардашева	Маркетинг услуг: учебно-методическое пособие для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (125 с.)	ГОУ ВПО "ДОГАУиГС", 2020
Л2.2	Котлер, Филип	Основы маркетинга (704 с.)	М. : Ростинтэр, 1996
Л2.3	Николайчук, В.Е.	Основы конкурентного маркетинга: учебное пособие (514 с.)	Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение, 2010
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	И. М. Ягнюк, А. О. Филипок	Контроллинг маркетинговых систем : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (58 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУиГС", 2019
Л3.2	И. М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (53 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУиГС", 2019
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Контроллинг [Электронный ресурс]: электронной журнал. – Режим доступа:		http://elibrary.ru/title_about.asp?id=9800
Э2	Креативная экономика [Электронный ресурс]: – Режим доступа:		https://bgscience.ru/journals/ce/
Э3	Маркетинг [Электронный ресурс]: – Режим доступа:		http://www.elobook.com/marketing/
4.3. Перечень программного обеспечения			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе			

отечественного производства:

В ходе освоения дисциплины обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Информационные технологии: электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь - Zoom, виртуальная обучающая среда - Moodle.

Программное обеспечение: Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Word

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>

Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторные (лекционные и семинарские) занятия проводятся в специализированных аудиториях кафедры с мультимедийным

оборудованием, а также в других аудиториях согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в аудиториях в соответствии с графиком консультаций.

Предэкзаменационная консультация проводится в аудитории согласно расписанию консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой (компьютерные классы, а также компьютеризированные рабочие места библиотеки ГОУ ВПО "ДОНАУИГС") с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду академии.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Сущность контроллинга как системы управления.
2. Причины, послужившие возникновению контроллинга.
3. Назовите компоненты современной концепции контроллинга.
4. Основная цель контроллинга как концепции управления.
5. Основные функции контроллинга.
6. Основные задачи контроллинга по видам управленческой деятельности.
7. Факторы, влияющие на объем реализуемых на предприятии функций контроллинга.
8. История становления контроллинга как системы управления.
9. Основные концепции контроллинга.
10. Структура разделов контроллинга. Назовите основное отличие контроля от контроллинга.
11. Назовите объекты контроллинга.
12. Виды контроллинга.
13. Дайте определение маркетинг-контроллинга.
14. Основные цели маркетинг-контроллинга.
15. Основные направления маркетинг-контроллинга.
16. Основные направления деятельности контроллера в сфере маркетинговой деятельности.
17. Основные типы маркетинг-контроллинга и их содержание.
18. Цели стратегического маркетинг-контроллинга.
19. Этапы стратегического маркетинг-контроллинга и их характеристика.
20. Задачи оперативного маркетинг-контроллинга по основным разделам маркетинг-микса.
21. Направления контроллинга товарной политики.
22. Направления контроллинга ценовой политики.
23. Направления и задачи перед маркетинг-контроллингом в сбытовой политике.
24. Основные задачи, стоящие перед маркетинг-контроллингом в области коммуникативной политики.
25. Определение маркетинг-аудита и покажите его место в системе маркетинг-контроллинга.
26. Схемы маркетинг-аудита, их содержание.
27. Понятие «единое информационное пространство».
28. Суть системы поддержки принятия решений (СППР) и основная цель.
29. Охарактеризуйте основные варианты организационного построения службы контроллинга. Выделите преимущества и недостатки этих вариантов.
30. Факторы, влияющие на построение автоматизированных информационных систем.

31. Методы и инструменты анализа, применяемые в стратегическом контроллинге.
32. Методы исследования и анализа, применяемые в оперативном контроллинге.
33. От каких факторов зависит объем реализуемых на предприятии функций контроллинга?
34. Выделите основные исторические вехи становления контроллинга как системы управления.
35. Назовите основные схемы маркетинг-аудита, раскройте их содержание.

5.2. Темы письменных работ

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ)

1. Подходы к определению контроллинга в разных странах мира.
2. Связь контроллинга с прикладными и фундаментальными науками.
3. История развития контроллинга.
4. Предмет и содержание контроллинга.
5. Функции и задачи контроллинга.
6. Методы и инструменты контроллинга.
7. Основные показатели бюджетов и их характеристика.
8. Разработка планов и стратегии на основе бюджетов.
9. Достоинства и недостатки бюджетирования в системе оперативного контроллинга.
10. Производство как объекты управления в системе стратегического контроллинга.
11. Содержание и задачи анализа производства в система тактического контроллинга.
12. Содержание и задачи анализа инфраструктуры в системе стратегического контроллинга.
13. Взаимосвязь издержек, затрат и расходов отчетного периода.
14. Управленческий учет в системе контроллинга.
15. Цели контроллинга.
16. Оперативный контроллинг.
17. Направления контроллинга.
18. Стратегический контроллинг.
19. Аналитические и учетные компьютерные программы.
20. Осуществление контроллинга с применением информационных технологий в разных странах.
21. Развитие информационных технологий контроллинга.
22. Особенности контроллинга инвестиционных проектов.
23. Критерии оценки инвестиционных проектов в контроллинге.
24. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов с дисконтированием денежных потоков.
25. Анализ возможных формирований инвестиционного портфеля на основе контроллинговых исследований.
26. GAP – анализ: какова методика применения?
27. SWOT- анализ: какова методика применения?
28. Основная идея и принципы сбалансированной системы показателей.
29. Дерево целей, дерево проблем: принципы составления и применения.
30. Методы и способы классификации затрат, виды затрат. Методы выявления зависимости затрат от объема выпуска.
31. Понятие центров ответственности в контроллинге, их классификация
32. Управленческий учет и его задачи.
33. Классификация методов учета затрат, используемых в контроллинге. Достоинства и недостатки методов управленческого учета.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

Познавательная деятельность обучающихся при выполнении самостоятельных работ данного вида заключается в накоплении нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (опыта действий по известному алгоритму) путем осуществления переноса знаний, умений и навыков.

Суть заданий работ этого вида сводится к поиску, формулированию и реализации идей решения. Это выходит за пределы прошлого формализованного опыта и в реальном процессе мышления требует от обучаемых варьирования условий задания и усвоенной ранее учебной информации, рассмотрения ее под новым углом зрения. В связи с этим самостоятельная работа данного вида должна выдвигать требования анализа незнакомых ситуаций и генерирования новой информации для выполнения задания.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению контрольных работ

Контрольная работа включает серию задач, сформулированных преподавателем. Задачи по своему содержанию соответствуют изученной обучающимся части предмета. К контрольной работе обучающиеся готовятся путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений обучающимися отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке и написанию индивидуального задания

Условием допуска к сдаче зачета по учебной дисциплине является написание и защита обучающимися индивидуального задания по курсу.

Выполнение индивидуального задания дает возможность обучающемуся научиться самостоятельно работать с различными информационными источниками, глубже изучать основные вопросы учебной дисциплины, на практическом примере овладевать элементами логистической системы предприятия и на основании этого делать самостоятельные теоретические и практические выводы.

Методические рекомендации по подготовке к зачету

При подготовке к зачету обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.