

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 22.05.2025 14:13:59
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет

Производственного менеджмента и маркетинга

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

25.05.2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.25

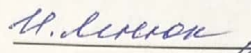
"Контроллинг маркетинговых систем"

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

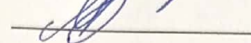
Квалификация	<i>академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоемкость	<i>4 ЗЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2021</i>

Донецк
2021

Составитель(и):
канд. экон. наук, доцент

 И.М. Ягнюк

Рецензент(ы):
канд. экон. наук, доцент

 В.Ю. Лунина

Рабочая программа учебной дисциплины "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 составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинга", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 25.03.2021 протокол № 8/4.

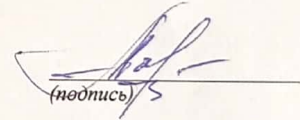
Срок действия программы: 2021-2025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол от 29.01.2021 г. № 6

Заведующий кафедрой:

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

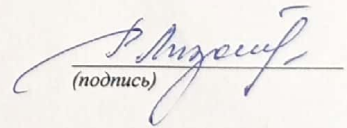

(подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры маркетинга и логистики

Протокол от 28.01.2021 г. № 6

Председатель ПМК:

канд экон.наук, доцент, Меркулова А.В.


(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**Председатель ПМК _____
(подпись)

Протокол от "____" _____ 2022 г. №__

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"**Председатель ПМК _____
(подпись)

Протокол от "____" _____ 2023 г. №__

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"**Председатель ПМК _____
(подпись)

Протокол от "____" _____ 2024 г. №__

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"**Председатель ПМК _____
(подпись)

Протокол от "____" _____ 2025 г. №__

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
<i>1.3.1. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Маркетинг	
<i>1.3.2. Дисциплина "Контроллинг маркетинговых систем" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Стратегический маркетинг	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-5: Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации</i>	
Знать:	
Уровень 1	сущность, функции и виды контроллинга
Уровень 2	основы стратегического управления маркетинговыми системами
Уровень 3	основы оперативного управления маркетинговыми системами
Уметь:	
Уровень 1	использовать системы показателей в маркетинге
Уровень 2	разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем
Уровень 3	обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа
Владеть:	
Уровень 1	системами показателей маркетинга в практической деятельности
Уровень 2	методами стратегического и оперативного контроллинга
Уровень 3	методами обработки полученной в результате анализа информации
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</i>	
Знать:	
Уровень 1	основы стратегического управления маркетинговыми системами
Уровень 2	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга
Уровень 3	инструментарий стратегического и оперативного контроллинга маркетинговых систем для дальнейшей разработки управленческих решений
Уметь:	
Уровень 1	анализировать задачи контроллинга маркетинговой деятельности

Уровень 2	анализировать задачи контроллинга маркетинговой деятельности; выявлять базовые составляющие задач контроллинга маркетинговой деятельности
Уровень 3	осуществлять декомпозицию задач контроллинга маркетинговой деятельности
Владеть:	
Уровень 1	методами анализа задач контроллинга маркетинговой деятельности
Уровень 2	принципами задач контроллинга маркетинговой деятельности
Уровень 3	инструментарием анализа и декомпозиции задач контроллинга маркетинговой деятельности

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 "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". 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	7	4	УК-1 ПК-	Л1.1 Л1.2	0	

контроллинга /Лек/			5	Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Сем зан/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга /Ср/	7	8	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Лек/	7	2	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Сем зан/	7	2	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Структура и виды контроллинга /Ср/	7	8	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Механизм осуществления маркетингового контроллинга						
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Лек/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Сем зан/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга /Ср/	7	8	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Лек/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Сем зан/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга /Ср/	7	9	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Лек/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Сем зан/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга /Ср/	7	8	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. Инструменты контроллинга						
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Лек/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

				Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Сем зан/	7	4	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Инструменты оперативного контроллинга /Ср/	7	10	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Лек/	7	6	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Сем зан/	7	6	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга /Ср/	7	8	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
консультация по дисциплине /Конс/	7	2	УК-1 ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3	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) повышению 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 видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы 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	Сабурова, М. М.	Организация работы отдела маркетинга : теория и практика : учебник (236 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2017
Л1.3	Маслова О.П., Калмыкова О.Ю.	Менеджмент и маркетинг: практикум (113 с.)	Самара : Самарский государственный технический университет, 2021
Л1.4	Е.Д. Щетинина	Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография (192 с.)	Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020
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	Латышев, Д. В., Гомаюнова, Т. М.	Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений (135 с.)	Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019
Л2.3	Л. С. Латышова, Е. Суворова, Н. Б. Сафронова [и др.] ; под редакцией Л. С. Латышовой	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие (142 с.)	Москва : Дашков и К, 2019
Л2.4	Никитина Л.Н., Шиков П.А.	Маркетинговый анализ деятельности фирмы: учебное пособие (124 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018

3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (35 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022, 2022
ЛЗ.2	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (38 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022
ЛЗ.3	И.М. Ягнюк	Контроллинг маркетинговых систем: конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (135 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022

4.2. Перечень ресурсов**информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

Э1	Контроллинг [Электронный ресурс]: электронный 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

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №307 учебный корпус № 2. Адрес: г. Донецк, пр. Богдана Хмельницкого, 108

– комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедий-ный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №208 учебный корпус №2. Адрес: г. Донецк, пр. Богдана Хмельницкого, 108

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интер-нет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мо-бильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3).

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.

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.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". Фонд оценочных средств дисциплины "Контроллинг маркетинговых систем" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

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 ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

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

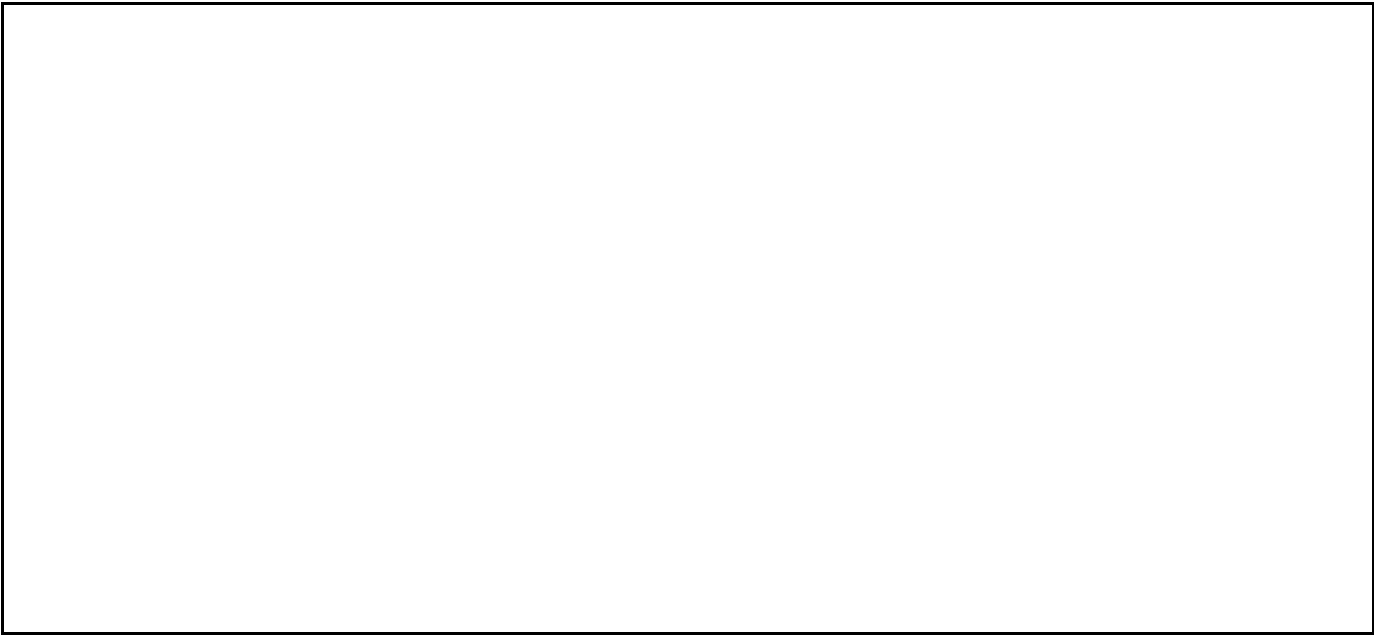
- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в

аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

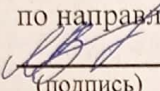
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

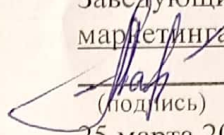
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП ВО
по направлению подготовки
 В. Ю. Лунина
(подпись) (инициалы, фамилия)
25 марта 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
маркетинга и логистики
 Л.П. Барышникова
(подпись) (инициалы, фамилия)
25 марта 2021 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

«Контроллинг маркетинговых систем»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Год начала подготовки по учебному плану	2021
Автор / Составитель	доцент, канд. экон. наук, доцент, И. М. Ягнюк

Рассмотрено
на заседании ПМК кафедры
«Маркетинг»
Протокол № 6 от 28.01.2021 г.

Одобрено на заседании кафедры
и рекомендовано к утверждению
Протокол № 6 от 29.01.2021 г.

Донецк
2021

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине «Контроллинг маркетинговых систем»
1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1

Характеристика учебной дисциплины (сведения соответствуют разделу РПУД)

Образовательная программа	бакалавриат	
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент	
Профиль	«Маркетинг»	
Количество разделов учебной дисциплины	3	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Б1.В.25	
Формы контроля	устный опрос, тестовые задания, практические задания, доклад, реферат, контроль знаний по разделу, индивидуальные задания	
Показатели	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Семестр	7	7
Общая трудоемкость (академ. часов)	144	144
Аудиторная работа:	58	16
Лекционные занятия	28	6
Консультации	2	4
Семинарские занятия	28	6
Самостоятельная работа	59	119
Контроль	27	9
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	<i>экзамен</i>	<i>экзамен</i>

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Код компетенции	Формулировка компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК-5	Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации	Знать:	
		1. сущность, функции и виды контроллинга.	ПК 5 3 1
		2. основы стратегического управления маркетинговыми системами.	ПК 5 3 2
		3. основы оперативного управления маркетинговыми системами.	ПК 5 3 3
		4. понятие аудита маркетинговых систем.	ПК 5 3 4
		5. системы показателей маркетинга.	ПК 5 3 5
		Уметь:	
		1. использовать системы показателей в маркетинге.	ПК 5 У 1

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Владеть:	
		1. системами показателей маркетинга в практической деятельности.	ПК 5 В 1
		Знать:	
		1. инструментарий стратегического и оперативного контроллинга для дальнейшей разработки управленческих решений.	УК 1 З 1
		Уметь:	
		1. разрабатывать стратегические решения, касающиеся контроллинга маркетинговых систем.	УК 1 У 1
		2. обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа.	УК 1 У 2
		Владеть:	
		1. методами стратегического и оперативного контроллинга.	УК 1 В 1
		2. методами обработки полученной в результате анализа информации.	УК 1 В 2
		3. интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.	УК 1 В 3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Теоретические основы контроллинга				
1	Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад
2	Тема 1.2. Структура и виды контроллинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад, контроль знаний по разделу
Раздел 2. Механизм осуществления маркетингового контроллинга				
3	Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад

4	Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад
5	Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад
Раздел 3. Инструменты контроллинга				
6	Тема 3.1. Инструменты стратегического контроллинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, практические задания, доклад
7	Тема 3.2. Инструменты оперативного контроллинга	7	ПК-5, УК-1	устные ответы, тестовые задания, доклад, контроль знаний по разделу, индивидуальное задание

1.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описание шкалы оценивания

Дескрип-тор компе-тенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания		Критерии оценивания
		Государст-венная	Баллы	
1	2	3	4	5
Знает	ПК-5, УК-1	зачтено	90-100	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному
Умеет	ПК-5, УК-1			
Владеет	ПК-5, УК-1			
Знает	ПК-5, УК-1	зачтено	75-89	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
Умеет	ПК-5, УК-1			
Владеет	ПК-5, УК-1			
Знает	ПК-5, УК-1	зачтено	60-74	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но

Умеет	ПК-5, УК-1			пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины учебных задания выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки
Владеет	ПК-5, УК-1			
Знает	ПК-5, УК-1	Не зачтено	0-59	теоретическое содержание дисциплины не освоено полностью; необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены с грубыми ошибками либо совсем не выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному
Умеет	ПК-5, УК-1			
Владеет	ПК-5, УК-1			

РАЗДЕЛ 2. Текущий контроль

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика оценочного средства</i>	<i>Представление оценочного средства в фонде</i>
1.	Контроль знаний по разделу	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
2.	Устный опрос	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения теоретических вопросов, проблем и оценить их знания и умения аргументировано излагать теоретический материал по теме.	Перечень вопросов для проведения устного опроса
3.	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые	Комплект разноуровневых задач и заданий

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика оценочного средства</i>	<i>Представление оценочного средства в фонде</i>
		понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	
4.	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные	Темы рефератов
5.	Доклад	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов
6.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого практического

занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

использование дополнительного материала (обязательное условие);

рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Максимальное количество баллов за устный ответ 6 баллов.

Балл «6» ставится, если студент:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно.

Балл «5» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Балл «4» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Балл «3» ставится, если студент обнаруживает не полное знание и не полное понимание основных положений данного задания.

Балл «2» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил.

Балл «1» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНТРОЛЛИНГА

Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга

1. Определите, в чем основная сущность контроллинга как системы управления.
2. Назовите основные причины, послужившие возникновению контроллинга.
3. Выделите узловые компоненты современной концепции контроллинга.
4. В чем заключается основная цель контроллинга как концепции управления?
5. Каковы основные функции контроллинга?

6. Выделите основные задачи контроллинга по видам управленческой деятельности.

Тема 1.2. Структура и виды контроллинга

1. От каких факторов зависит объем реализуемых на предприятии функций контроллинга?
2. Выделите основные исторические вехи становления контроллинга как системы управления.
3. Назовите основные концепции контроллинга.
4. Какова структура разделов контроллинга? Назовите основное отличие контроля от контроллинга.
5. Являются ли объектами контроллинга стратегия развития фирмы, планирование и организация маркетинга?
6. Каковы основные виды контроллинга?

РАЗДЕЛ 2. МЕХАНИЗМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЛИНГА

Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга

1. Дайте определение контроллинга в маркетинговых системах.
2. Назовите основные цели контроллинга в маркетинге.
3. Каковы основные направления контроллинга в маркетинге?
4. Определите основные направления деятельности контроллера в сфере маркетинговой деятельности.
5. Назовите основные типы контроллинга в маркетинге и раскройте их основное содержание.
6. Каковы основные цели стратегического контроллинга в маркетинге?

Тема 2.2. Аудит в системе маркетинга

1. Очертите круг вопросов, решаемых маркетинговым аудитом.
2. Чем маркетинговый аудит отличается от финансового?
3. Какие виды маркетингового аудита Вы знаете?
4. Раскройте порядок проведения маркетингового аудита.
5. Сущность LFA-технологии.
6. Какие отчеты формируются в результате проведения маркетингового аудита?

Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга

1. Назовите основные схемы логистического аудита, раскройте их содержание.
2. Что представляет собой единое информационное пространство?
3. В чем суть системы поддержки принятия решений (СППР)?
4. Назовите основную цель создания СППР.
5. Выделите основные факторы, влияющие на построение автоматизированных информационных систем (АИС).

Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга

1. GAP-анализ.
2. Анализ конкуренции.
3. Портфолио-анализ.
4. Анализ потенциала.
5. Анализ сильных и слабых сторон.
6. Метод разработки сценариев.

Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга

1. Расчет маржинальной прибыли.

2. Сравнительные расчеты.
3. ABC-анализ.
4. Анализ объема заказов.
5. Анализ величин в точке безубыточности.
6. Анализ отклонений.

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестирования обучающихся

Максимальное количество баллов за тест после изучения конкретной темы 6 баллов.

Балл «6» ставится, если студент представил 100% правильных ответов;

Балл «5» ставится, если студент представил 92-99% правильных ответов;

Балл «4» ставится, если студент представил 84-91% правильных ответов;

Балл «3» ставится, если студент представил 76-83% правильных ответов;

Балл «2» ставится, если студент представил 68-75% правильных ответов;

Балл «1» ставится, если студент представил 60-67% правильных ответов;

Обучающемуся, правильно ответившему на вопросы менее 60% тест не засчитывается.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНТРОЛЛИНГА

Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга

1. Контроллинг – это:

а) функционально обособленное направление экономической деятельности на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической функции в менеджменте для принятия оперативных и стратегических управленческих решений, порожденное практикой современного менеджмента;

б) обеспечение методической и инструментальной базы для поддержки основных функций менеджмента;

в) обособленное направление экономической деятельности на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической функции в менеджменте;

г) переориентация системы учета из прошлого в будущее, создание на базе учетных данных информационной системы поддержки управленческих решений, связанных с планированием и контролем деятельности предприятия.

2. К основным причинам, послужившим появлению на современных предприятиях феномена контроллинга, не относится:

а) увеличение скорости реакции на изменение внешней среды, повышение гибкости предприятия;

б) появлением матричных организационных структур;

в) необходимость в непрерывном отслеживании изменений, происходящих во внешней и внутренней средах предприятия;

г) необходимость продуманной системы действий по обеспечению выживаемости предприятия и избеганию кризисных ситуаций.

3. К узловым компонентам концепции контроллинга не относится:

а) ориентация на эффективную работу организации в относительно долговременной перспективе;

б) создание информационной системы, адекватной задачам целевого управления;

в) разбиение задач контроллинга на циклы, что обеспечивает итеративность планирования, контроля исполнения и принятия корректирующих решений;

г) информационный бум при недостатке релевантной (существенной, значимой) информации.

4. Учет как функция контроллинга подразумевает:

- а) разработку и ведение системы внутреннего учета; сбор и обработку информации;
- б) формирование и совершенствование всей «архитектуры» системы планирования;
- в) установление потребности в информации и времени для отдельных шагов процесса планирования;

г) сравнение плановых и фактических величин для измерения и оценки степени достижения цели.

5. К специальным функциям контроллинга относится:

- а) разработка инструментария для планирования, контроля и принятия решений;
- б) стандартизация информационных носителей и каналов;
- в) обоснование целесообразности слияния с другими фирмами или открытия (закрытия) филиалов;

г) анализ отклонений, интерпретация причин отклонений плана от факта и выработка предложений для уменьшения отклонений.

6. Контроллинг это?

- а) управление предприятием;
- б) управление потоками;
- в) управление управлением;
- г) контроль предприятия.

7. Термин «контроллинг» возник в?

- а) Италии;
- б) Германии;
- в) Франции;
- г) России.

8. Контроллинг – это функция... ?

- а) логистического менеджмента;
- б) маркетингового менеджмента;
- в) инженерного менеджмента;
- г) юридического менеджмента.

9. Что не относится к функциям контроллинга?

- а) учет;
- б) контроль и регулирование;
- в) планирование;
- г) реализация.

10. В основе контроллинга как концепции системного управления организацией лежит стремление обеспечить... ?

- а) функционирование организационной системы предприятия;
- б) функционирование бухгалтерской системы предприятия;
- в) функционирование юридической системы предприятия;
- г) функционирование экономической системы предприятия.

Тема 1.2. Структура и виды контроллинга

1. Установление целей – это:

- а) анализ сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и опасностей;
- б) определение качественных и количественных целей предприятия и выбор критериев, по которым можно оценить степень достижения поставленных целей;
- в) определение качественных и количественных целей предприятия и выбор критериев миссии;
- г) количественное выражение целей предприятия и разработка путей их достижения.

2. Планирование в контроллинге – это:

- а) превращение целей предприятия в прогнозы и планы;
- б) совокупность сведений, уменьшающих степень неопределенности;

в) превращение целей предприятия в прогнозы и планы для увеличения неопределенности;

г) система управления достижением целей и неотъемлемая часть управления предприятием.

3. Оперативный управленческий учет – это:

а) совокупность сведений, уменьшающих степень неопределенности;

б) отражение всей финансовой деятельности предприятия в ходе выполнения плана;

в) процесс преобразования информации;

г) отражение всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия в ходе выполнения плана.

4. К элементам мониторинга всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия не относится:

а) отслеживание протекающих на предприятии процессов в режиме реального времени;

б) составление оперативных отчетов о результатах работы предприятия за наиболее короткие промежутки времени (день, неделя, месяц);

в) прогнозирование последствий принятия каждой из альтернатив (что произойдет, если будет принято то или иное решение);

г) сравнение целевых результатов с фактически достигнутыми.

5. Контроллинг делится на виды:

а) текущий и стратегический;

б) стратегический, тактический и оперативный;

в) стратегический и тактический;

г) краткосрочный и долгосрочный.

6. Назовите основные функции контроллинга в их последовательности:

а) контроль, прогнозирование, организация, планирование;

б) учет, планирование, измерение, контроль;

в) планирование, организация, контроль, регулирование;

г) измерение, контроль, учет, корректирующие меры.

7. Определение качественных и количественных целей предприятия и выбор критериев, по которым можно оценить степень достижения поставленных целей это?

а) планирование;

б) установление целей;

в) оперативный управленческий учет;

г) система информационных потоков.

8. Превращение целей предприятия в прогнозы и планы это?

а) оперативный управленческий учет;

б) система информационных потоков;

в) планирование;

г) установление целей.

9. Отражение всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия в ходе выполнения плана это?

а) система информационных потоков;

б) установление целей;

в) планирование;

г) оперативный управленческий учет.

10. Важнейший элемент системы контроллинга на предприятии?

а) система информационных потоков;

б) планирование;

в) установление целей;

г) оперативный управленческий учет.

РАЗДЕЛ 2. МЕХАНИЗМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЛИНГА

Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга

1. Анализ логистических систем – это:

- а) совокупность методов обработки данных о деятельности в области логистики;
- б) процедуры исследования, выработки, обоснования и принятия решений в процесс реинжиниринга логистической системы в целом;
- в) процедуры исследования, выработки, обоснования и принятия решений в процессе проектирования, совершенствования или реинжиниринга логистической системы предприятия;
- г) поиск эффективных средств исследования и управления материальными потоками предприятия.

2. Цель анализа логистических систем:

- а) модернизация системы управления материальными потоками на предприятии;
- б) выявить существующие недостатки или «узкие места» во взаимодействии между отдельными участниками процесса физического товародвижения на макро- и на микроуровне;
- в) разработка стратегического плана в области логистики предприятия на отдаленную перспективу;
- г) модернизация системы управления материальными потоками на предприятии на макро- и на микроуровне.

3. К основным задачам анализа не относится:

- а) проверка эффективности взаимодействия звеньев и элементов системы, выявление «узких мест» и устранение их;
- б) оценка эффективности организации управления предприятием, определение функций и структуры органов управления;
- в) определение конкретных показателей функционирования логистической системы предприятия;
- г) выбор направлений изменения текущей ситуации.

4. Первый этап анализа логистической системы включает в себя:

- а) разработка и оценка нескольких вариантов развития логистической системы;
- б) сбор данных о логистической системе;
- в) правильное и четкое описание логистической системы;
- г) установление взаимосвязи целей логистической системы со средствами их достижения.

5. Какой из указанных этапов анализа логистической системы выполняется раньше остальных?

- а) выбор оптимального варианта развития логистической системы;
- б) разработка детальной программы совершенствования логистической системы на основе выбранного варианта;
- в) установление взаимосвязи целей логистической системы со средствами их достижения;
- г) разработка и оценка нескольких вариантов развития логистической системы с учетом предполагаемых управленческих воздействий по результатам анализа.

6. В зависимости от уровня структуризации выделяют три класса логистических систем:

- а) хорошо структурированные или количественно сформулированные; неструктурированные или качественно выраженные; слабо структурированные или смешанные, содержащие качественные и количественные показатели;
- б) слабо структурированные или количественно сформулированные; неструктурированные или качественно выраженные; слабо структурированные или смешанные, содержащие качественные и количественные показатели;

в) хорошо структурированные; количественно сформулированные; качественно выраженные;

г) смешанные; содержащие качественные характеристики; содержащие количественные показатели.

7. Логистический контроллинг – это:

а) концепция поддержки управления предприятием на основе системы планирования, контроля и управления процессом достижения конечной цели и результатов работы предприятия;

б) упорядоченный и по возможности непрерывный процесс обработки данных о логистической системе для выявления отклонений между плановыми и фактическими значениями показателей материального потока, а также анализ этих отклонений для выявления их причин и принятия соответствующих управленческих решений;

в) обработка данных о логистической системе для выявления отклонений между плановыми и фактическими значениями показателей материального потока;

г) планирование, учет, анализ, контроль, нацеленный на достижение результатов в рамках логистической стратегии.

8. Выделяют два вида логистического контроллинга:

а) текущий и стратегический;

б) краткосрочный и долгосрочный;

в) стратегический и оперативный;

г) стратегический и тактический.

9. Функции оперативного контроллинга не включают в себя:

а) планирование;

б) контроль;

в) управление;

г) прогнозирование.

10. К потенциальным источникам логистических потерь не относятся:

а) транспортирование;

б) запасы;

в) знания;

г) сотрудники.

Тема 2.2. Маркетинговый аудит

1. Логистический аудит – это:

а) характер взаимоотношений производственного или торгового предприятия с поставщиками и клиентами;

б) независимая оценка состояния логистической системы предприятия или цепи поставок;

в) выявление источников избыточных логистических затрат на предприятии;

г) особенности планирования, документооборот при организации движения материальных потоков на макро- и микроуровне.

2. К видам логистического аудита не относится:

а) общий функциональный аудит;

б) специальный функциональный аудит;

в) аудит запасов;

г) аудит на макро- и микроуровне.

3. Общий функциональный аудит:

а) проводится один раз в год для оценки правильности выполнения работниками службы логистики своих функций;

б) осуществляется консультантами и высшим руководством предприятия для оценки соответствия логистической стратегии предприятия его корпоративной стратегии;

в) применяется для контроля эффективности управления запасами на предприятии;

- г) фиксируются методы и модели управления запасами.
- 4. Специальный функциональный аудит осуществляется консультантами и высшим руководством предприятия для оценки:
 - а) выявления источников избыточных логистических затрат на предприятии;
 - б) степени удовлетворения потребителей качеством обслуживания на основе внутренней документации предприятия (претензии, акты);
 - в) определения сильных и слабых сторон логистической системы предприятия;
 - г) состояния системы управления логистическими рисками.
- 5. Финансовый аудит:
 - а) проводится сторонними аудиторами с использованием традиционных методов бухгалтерского аудита. При этом выполняется проверка финансовых результатов деятельности логистических подразделений предприятия;
 - б) проводится сторонними аудиторами с использованием традиционных методов бухгалтерского аудита для выявления слабых сторон организации;
 - в) определяет характер взаимоотношений производственного или торгового предприятия с поставщиками и клиентами;
 - г) определяет соответствие затрат на организацию движения материальных потоков местным рыночным условиям.
- 6. Различают следующие этапы логистического аудита:
 - а) начальный, основной и заключительный;
 - б) предварительный, основной и заключительный;
 - в) тактический и стратегический;
 - г) основной и второстепенный.
- 7. К направлениям внутреннего аудита не относится:
 - а) работа с выборкой документов предприятия;
 - б) сбор данных по договорам поставки для проведения статистического анализа;
 - в) опрос представителей функциональных подразделений предприятия по вопросам, имеющим отношение к логистике;
 - г) работа с потенциальными покупателями новой продукции.
- 8. При аудите аналитические отчеты формируются на этапе:
 - а) основной;
 - б) конечный;
 - в) заключительный;
 - г) стратегический.
- 9. К вариантам проекта совершенствования не относится:
 - а) проект быстрого реагирования;
 - б) краткосрочный проект;
 - в) долгосрочный проект;
 - г) проект среднесрочного реагирования на ситуацию.
- 10. Вариант краткосрочного проекта заключается в:
 - а) часто предусматривают изменение общих подходов организации к цепи поставок;
 - б) существенные организационные преобразования по одному или большему числу основных компонентов цепи поставок;
 - в) предоставление «немедленных» выгод, как правило, легких для реализации;
 - г) пилотные предложения, преобразования на уровне процесса, приема или организации, технологические улучшения.

Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга

- 1. Цель разработки и внедрения СППР:
 - а) доставка данных и информации аналитического и сводного характера, как из внутренних, так и из внешних источников;

б) информационная поддержка оперативных возможностей и условий для высшего руководства и ведущих специалистов при принятии обоснованных решений, соответствующих миссии предприятия, а также его стратегическим и тактическим целям;

в) информационная поддержка оперативных возможностей и условий для ведущих специалистов при принятии обоснованных решений;

г) формирование во взаимодействии с руководством системы информационных, финансовых, математических и эвристических моделей экономических и управленческих процессов.

2. Фактор обеспеченности ресурсами не предполагает:

а) достигать цели разработки и внедрения системы;

б) обеспечивать максимальную выгоду от разработки;

в) обеспечивать оперативный доступ к любым информационным ресурсам предприятия в пределах компетенции и прав доступа специалистов;

г) быть оптимальными по сравнению с другими вариантами реализации.

3. К доминирующим информационным тенденциям не относится:

а) усложнение информационных продуктов;

б) ликвидация промежуточных звеньев;

в) глобализация;

г) интеграция.

4. Обеспечение совместимости заключается в:

а) возможности свободного обмена различной информацией;

б) стандартизации программ;

в) обеспечение преобразования информации в формы;

г) порождение тенденции ликвидации промежуточных звеньев.

5. Конвергенция означает:

а) взаимоусиление информационных функций в одном устройстве;

б) конкурентное сотрудничество предпринимателей;

в) означает сходимость информационных признаков, т. е. сходство в строении и функциях у относительно далеких по происхождению устройств;

г) переход общества к наукоемким технологиям.

6. Внешняя деловая среда – это:

а) совокупность юридических субъектов, действующих в пределах предприятия, и отношения, складывающиеся между ними и предприятием;

б) основное взаимодействие между предприятием, его реальными и потенциальными клиентами, а также конкурентами;

в) совокупность экономических и политических субъектов, действующих за пределами предприятия, и отношения, складывающиеся между ними и предприятием;

г) отношения в коллективе, определяющие насыщенность информационных и интенсивность коммуникационных потоков, а также знания, закладываемые и порождаемые в производстве.

7. Внутренняя деловая среда – это:

а) отношения в коллективе, определяющие насыщенность информационных и интенсивность коммуникационных потоков, а также знания, закладываемые и порождаемые в производстве;

б) отношения в коллективе, а также знания, закладываемые и порождаемые в производстве;

в) основное взаимодействие между предприятием, его реальными и потенциальными клиентами, а также конкурентами;

г) совокупность юридических субъектов, действующих в пределах предприятия, и отношения, складывающиеся между ними и предприятием.

8. К элементам, которые играет маркетолог в информационной роли не относится:

а) приемник информации;

- б) координатор отношений с сотрудниками;
- в) распространитель информации;
- г) профессионального представителя во внешнем мире.

9. Линейная структура управления службой контроллинга – это:

а) контроллер направления дисциплинарно подчиняется контроллеру более высокого уровня управления, а функционально – руководителю направления соответствующего уровня;

б) контроллер находится при руководстве соответствующего уровня управления и выполняет свои функции и задачи по его поручению;

в) контроллер в подразделении маркетинга, дисциплинарно подчинен линейному руководителю соответствующего направления, а функционально – вышестоящему контроллеру;

г) контроллер не принимает самостоятельных решений, а только советует в случае поступления запроса от руководителей подразделений или по указанию руководителя направления.

10. На небольших по размеру предприятиях основные функции контроллинга выполняют:

- а) специалист, выполняющий функции контроллера, работает в отделе учета;
- б) специализированная служба контроллинга;
- в) группа специалистов по мониторингу ситуации;
- г) руководитель фирмы, либо его заместитель.

Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга

1. GAP-анализ это?

- а) отклонение желательного развития ситуации от ожидаемого;
- б) отклонение ожидаемого развития ситуации от желаемого;
- в) отклонение прогнозируемого развития ситуации от ожидаемого;
- г) отклонение будущего развития ситуации от ожидаемого.

2. Портфолио-анализ предполагает:

- а) структурирование и оценку внутренней и внешней информации;
- б) выделение на предприятии тактических бизнес-единиц и анализ их по отдельности;
- в) выделение на предприятии стратегических бизнес-единиц и анализ их по отдельности;
- г) выявление важнейших информационных потребностей предприятия, четкое структурирование и оценка внутренней и внешней информации.

3. К моделям и методам портфолио-анализа не относится:

- а) матрица Ансоффа;
- б) матрица конкуренции по Портеру;
- в) матрица конкуренции по Котлеру;
- г) матричная модель BCG.

4. Потенциал – это:

- а) способность предприятия(организации) обеспечить жизнеспособность и получение прибыли в будущем;
- б) способность предприятия(организации) обеспечить финансовую независимость и увеличение объема продаж;
- в) успешные действия на рынке во всех функциональных сферах деятельности организации, прежде всего в маркетинге и сбыте;
- г) проведение анализа ситуации, чтобы систематически определять эффективность функционирования предприятия.

5. К критериям оценки потенциала не относится:

- а) широта ассортиментной программы;

- б) организация сбыта;
 - в) загрузка мощностей;
 - г) процент инвестирования предприятия.
6. Под инструментом разработки сценария понимается:
- а) разработка альтернатив при критических ситуациях;
 - б) характеризует многофакторность изменений во внешней среде;
 - в) обработка количественной и качественной информации;
 - г) описание мыслимой будущей ситуации, в которой окажется фирма, и путей развития, ведущих к этой ситуации.
7. Анализ конкуренции это?
- а) информация о состоянии рынка, основных конкурентах;
 - б) информация о состоянии рынка, предполагаемых конкурентах;
 - в) информация о состоянии потребителей на рынке;
 - г) информация о продукции на рынке.
8. Портфолио-анализ позволяет?
- а) улучшить тактическое планирование на предприятии;
 - б) улучшить прогнозное планирование на предприятии;
 - в) улучшить стратегическое планирование на предприятии;
 - г) улучшить текущее планирование на предприятии.
9. Потенциал – это?
- а) способность предприятия обеспечить жизнеспособность и получение прибыли в будущем;
 - б) способность предприятия обеспечить стабильность и получение прибыли в будущем;
 - в) способность предприятия обеспечить спрос и получение прибыли в будущем;
 - г) способность предприятия обеспечить предложение и получение прибыли в будущем.
10. Анализ сильных и слабых сторон дает возможность?
- а) определить мнение конкурентов о предприятии;
 - б) определить мнение руководителей о предприятии;
 - в) определить мнение персонала о предприятии;
 - г) определить мнение потребителей о предприятии.

Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга

1. Маржинальная прибыль – это:
- а) разница между выручкой от реализации и переменными затратами;
 - б) разница между выручкой от реализации и постоянными затратами;
 - в) сумма выручки от реализации и переменных затрат;
 - г) процент выручки от реализации и переменных затрат.
2. В сравнительных расчетах для оценки эффективности маркетинговых мероприятий не используется показатель:
- а) оборот/расходы на рекламу;
 - б) оборот/издержки на послепродажное обслуживание клиентов;
 - в) оборот/издержки маркетинга;
 - г) оборот/торговая площадь.
3. Суть ABC анализа заключается в:
- а) том, что определяется доля вклада в общий доход или оборот каждой группы продуктов, поставщиков, клиентов, материалов и т. д. Группы получают цифровые значения 1,2,3;
 - б) том, что определяется доля вклада в общий доход или оборот каждой группы продуктов, поставщиков, клиентов, материалов и т. д. Группы получают название А, В и С;

в) том, что группы подразделяются на группы А, В, С в соответствии с указанием руководства;

г) том, что группы подразделяются на группы А, В, С в соответствии с мнением экспертов в этой отрасли.

4. К видам отклонений не относятся:

- а) абсолютные отклонения;
- б) относительные отклонения;
- в) селективные отклонения;
- г) партисипативные отклонения.

5. Метод селективных отклонений подразумевает:

а) сравнение контролируемых величин во временном разрезе: квартал, месяц и даже иногда день;

б) оценку степени достижения за прошедшие периоды (месяцы) и возможную разницу к концу планового периода (года);

в) сравнение фактически реализованных значений планового периода с фактами соответствующего предыдущего периода (предыдущего месяца, года);

г) является выражением сложившегося положения вещей между плановыми и фактическими параметрами.

6. Метод разработки сценариев это?

- а) описание мыслимой будущей ситуации, в которой окажется фирма;
- б) описание мыслимой текущей ситуации, в которой находится фирма;
- в) описание мыслимой прошлой ситуации, в которой оказалась фирма;
- г) нет верного ответа.

7. Расчет маржинальной прибыли показывает?

- а) эффективность мероприятий;
- б) не эффективность мероприятий;
- в) динамику мероприятий;
- г) замену программы мероприятий.

8. Сравнительные расчеты ограничиваются анализом?

- а) издержек;
- б) прибыли;
- в) фондоотдачи;
- г) фондоемкости.

9. При АВС-анализе сопоставляются показатели?

- а) номинальном и реальном выражении;
- б) условном и стоимостном выражении;
- в) натуральном и стоимостном выражении;
- г) натуральном и количественном выражении.

10. Каких отклонений не существует?

- а) абсолютных;
- б) относительных;
- в) селективных;
- г) виртуальных.

2.3. Рекомендации по оцениванию результатов решения практических заданий

Максимальное количество баллов за решение практического задания по каждой из тем учебной дисциплины 6 баллов.

Балл «6» выставляется студенту:

1. При наличии полного правильного письменного ответа.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «5» выставляется студенту:

1. При наличии полного правильного письменного ответа.

2. При некорректном оформлении выполненного задания.

Балл «4» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе.

2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «3» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе.

2. При некорректном оформлении выполненного задания.

Балл «2» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе.

2. При некорректном оформлении выполненного задания.

Балл «1» выставляется студенту:

1. При минимальном выполнении задания.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНТРОЛЛИНГА

Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга

Задание 1. Опишите особенности контроллинга в разных странах с учетом различных подходов в менеджменте на примере данных таблицы 1.

Таблица 1

Отличительные особенности американской и немецкой моделей контроллинга

Американская модель контроллинга:	Немецкая модель контроллинга:
Планирование	Планирование
Информационный менеджмент и отчетность	Информационный менеджмент и отчетность
Специальные экономические задачи, например, оценка инвестиций	Специальные экономические задачи, например, оценка инвестиций
Внутренний учет	Внутренний учет
Финансовая бухгалтерия	
Налоги и страхование	
Информационные технологии	
Внутренняя ревизия	

Задание 2. Охарактеризовать отличия стратегического и оперативного контроллинга, используя характеристики на рис. 1.

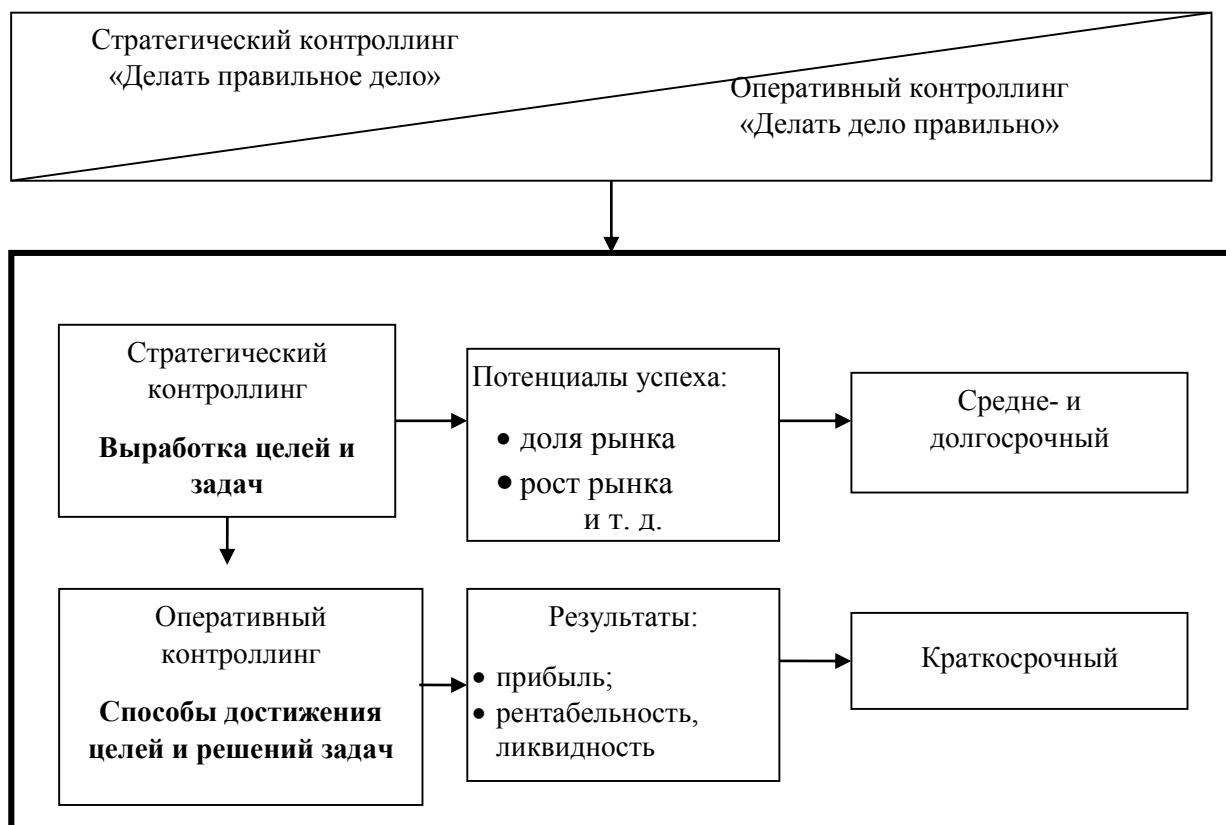


Рис. 1. Разграничение стратегического и оперативного контроллинга

Тема 1.2. Структура и виды контроллинга

Задание 1. Определить характеристика какого вида контроллинга представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика видов контроллинга

Признаки	Вид контроллинга	Вид контроллинга
Ориентация	внешняя и внутренняя среда предприятия	экономическая эффективность и рентабельность предприятия
Уровень управления	стратегический	оперативный и тактический
Цели	– обеспечение выживаемости; – проведение антикризисной политики; – поддержание потенциала успеха	обеспечение прибыльности и ликвидности предприятия
Главные задачи	– участие в установлении количественных и качественных целей предприятия; – ответственность за стратегическое планирование; – разработка альтернативных стратегий; – определение критических внешних и внутренних условий, лежащих в основе стратегических планов; – определение узких и поиск слабых мест; – определение основных подконтрольных показателей в соответствии с установленными стратегическими целями;	– руководство при планировании и разработке бюджета (текущее и оперативное планирование); – определение узких и поиск слабых мест для тактического управления; – определение всей совокупности подконтрольных показателей в соответствии с установленными текущими целями; – сравнение плановых (нормативных) и фактических показателей подконтрольных результатов и затрат с целью выявления причин, виновников и последствий отклонений; – анализ влияния отклонений на выполнение текущих планов;

Признаки	Вид контроллинга	Вид контроллинга
	– сравнение плановых (нормативных) и фактических значений подконтрольных показателей с целью выявления причин, виновников и последствий данных отклонений; – анализ экономической эффективности (особенно инноваций и инвестиций).	– мотивация и создание систем информации для принятия текущих управленческих решений.

РАЗДЕЛ 2. МЕХАНИЗМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЛИНГА

Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга

Задание 1. В целях анализа прибыльности клиентов, банк классифицировал своих клиентов, использующих кредитные карточки, на следующие типы.

1. Клиенты, которые обращаются за кредитной карточкой, реагируя на низкую первоначальную процентную ставку; переводят остаток на новый счет. Когда срок действия низкой первоначальной ставки истекает, переводят остаток на счет другого банка, который предлагает низкую первоначальную процентную ставку.

2. Клиенты, рассчитывающиеся кредитной карточкой за крупные покупки. Они своевременно и полностью оплачивают остаток в конце каждого месяца.

3. Клиенты, имеющие высокий переходящий остаток. Они осуществляют лишь минимально требуемые платежи, но платят регулярно, иногда допуская задержку платежей.

4. Клиенты, имеющие высокий переходящий остаток. Они производят минимально необходимые платежи, но платят регулярно, иногда допуская задержку платежей.

5. Клиенты, имеющие небольшой переходящий остаток. Они, по крайней мере, осуществляют минимально необходимые платежи, не выплачивая полную сумму, и всегда платят вовремя.

6. Клиенты, не расплачивающиеся кредитной карточкой, но и не закрывающие счета.

Вопросы и задания. Представьте классификацию клиентов по их прибыльности, расположив их в один из четырех квадратов матрицы «Прибыль - стоимость обслуживания клиента». Обоснуйте свои решения.



Рис. 1. - Матрица «Прибыль - стоимость обслуживания клиента»

Какие из перечисленных мероприятий по управлению прибыльностью клиентов Вы бы порекомендовали банку в отношении каждой из перечисленных групп.

А. Клиент платит банку процент с продаж по каждой операции, осуществляемой с помощью кредитной карточки.

Б. Клиент не платит процентов с покупок, если остаток задолженности погашается полностью и вовремя.

В. Банк взимает плату за задержку платежей.

Г. Банк берет на себя расходы по пересылке справок о состоянии счета неактивным клиентам.

Тема 2.2. Маркетинговый аудит

Задание 1. Руководитель вновь организованного предприятия, куда вы приняты на работу в качестве специалиста по контроллингу, не слишком хорошо себя чувствует, когда приходится разбираться с вопросами учета. Он просит вас указать на пять-семь главных отличий управленческого учета от бухгалтерского. Кроме того, ему хотелось бы знать, станет ли он лучше работать, если внедрит систему управленческого учета и что для этого понадобится. Как бы вы коротко ответили на эти вопросы?

Задание 2. Определите потребности в информации управленческого учета для следующих категорий руководителей.

А. Менеджер местных торговых точек быстрого питания, где еда готовится и продается покупателям.

Б. Региональный менеджер, управляющий операциями всех розничных точек по сбыту телевизоров.

В. Высшее руководство в корпоративной штаб-квартире компании. В частности, рассмотрите информационные потребности президента и вице-президента по маркетингу и сбыту. Не забудьте отразить содержание, частоту и своевременность информации для каждой из этих категорий.

Задание 3. Предприятие располагает на начало мая товарными запасами материалов в количестве 100 кг по единичной цене 50 ден.ед. за кг. Оно закупило 10 мая партию материалов 125 кг по цене 52 ден.ед., затем 20 мая еще 150 кг по цене 54 ден.ед. за кг. В течение этого периода было выдано в производство 200 кг материалов. К тому же за этот период обеспечен объем выручки 50 000 ден.ед., а производственные затраты (без учета колебаний складских запасов материалов) равны 35 000 ден.ед.

Рассчитайте себестоимость отпуска материалов в производство и конечный складской запас, используя методы оценки FIFO, LIFO, средневзвешенной стоимости. Составьте сравнительную таблицу использования этих трех методов оценки и проанализируйте результаты.

Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга

Задание 1. «Внедрение контроллинга в сети малых торговых предприятий». Малые торговые предприятия имеют экономические характеристики, существенно отличающие их от малых производственных предприятий. Вам предстоит определить, является это препятствием для применения контроллинга в сфере распределения и сбыта или нет.

Основной источник дохода торговых предприятий – наценка, с помощью которой они покрывают свои издержки обращения и получают прибыль. Наценка превращается в наличные денежные средства при реализации товаров.

Деятельность малых предприятий в сфере торговли основана на кассовом методе определения выручки. Однако и расчет издержек обращения ведут по кассовому методу, что значительно облегчает учет и отчетность.

Возьмем за основу типичное малое предприятие в сфере торговли. Оно расположено в районном центре, имеет несколько торговых точек в центре и на периферии. Закупка

товара производится на оптовой базе в областном центре, а потом товар развозится по торговым точкам района, так что существенную долю издержек обращения составляют транспортные расходы.

Главной задачей контроллинга на предприятии, по мнению предпринимателя, должно стать определение минимально возможного процента наценки к стоимости товара и оценка целесообразности функционирования той или иной торговой точки в райцентре и на периферии. Налогообложение предприятия предельно упрощено, так как оно облагается единым налогом.

Издержками обращения для МП являются следующие расходы:

- заработная плата продавцов и бухгалтера, содержание помещений;
- арендная плата;
- амортизация собственных зданий и торгового оборудования;
- затраты на охрану;
- обслуживание контрольно-кассовых аппаратов;
- транспортные расходы, включающие в себя затраты на горюче-смазочные материалы и обслуживание;
- само собой разумеется, предприятие несет расходы по закупке товаров.

Контроллинг для малых предприятий, занимающихся розничной торговлей, должен решать следующие задачи:

- 1) давать предпринимателю возможность анализировать свои доходы и расходы как в разрезе торговых точек, так и в целом по предприятию;
- 2) получать эту информацию как можно более оперативно;
- 3) планировать свои доходы и расходы;
- 4) определять минимально возможную наценку на закупленные товары.

При этом новая система аналитического учета должна быть как можно более простой и наглядной и отнимать у бухгалтера предприятия как можно меньше времени на ее составление.

Составьте схему учета и отчетности в системе контроллинга для малого торгового предприятия, удовлетворяющую четырем сформулированным задачам.

Задание 2. Вы работаете стажером в планово-финансовом отделе. Вам поручено разработать предварительный бюджет предприятия, обеспечив возможность самофинансирования, САФ, в сумме 1 685,745 млн. ден.ед. Амортизационные отчисления на бюджетный период равны 770 млн. ден.ед. Известны следующие данные о предприятии: единичная цена реализации продукции 100 тыс. ден.ед.; единичные переменные затраты– 40 тыс. ден.ед.; постоянные затраты– 3 690 млн. ден.ед. В предыдущем году объем продаж составил 80 000 единиц. Для увеличения объема продаж необходимо выйти на внешний рынок, что потребует участия в выставке-ярмарке с ожидаемыми затратами порядка 120 млн. ден.ед.

Задание 3. Ситуация. Бюджетирование: проблемы мотивации

Оптово-производственное предприятие «Автоматика» продает электронные модули магазинам вычислительной техники. Контроллер фирмы готовит годовой бюджет и попросил работников отдела сбыта подготовить оценку объема продаж.

Сотрудники отдела сбыта получают зарплату и комиссионные. Для определения целевого уровня объема продаж, при котором начинается выплата комиссионных, менеджеры используют фактическое значение объема продаж отчетного периода плюс 10%. Если объем продаж меньше порогового уровня, комиссионные не выплачиваются.

Вопросы и задания для обсуждения:

1. Достаточна ли мотивация работников отдела сбыта?
2. Каковы вероятные последствия стимулирования труда работников подобным образом?

3. Предположим, вы – контроллер, ответственный за систему стимулирования и бюджетирование в организации. Что бы вы предложили в данной ситуации?

Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга

Задание 1. Выполнить SWOT- анализ и GAP-анализ предприятия или компании по выбору (табл. 1, рис. 1).

SWOT – это акроним слов Strengths (силы), Weaknesses (слабости), Opportunities (благоприятные возможности) и Threats (угрозы). Внутренняя обстановка фирмы отражается в основном в S и W, а внешняя – в O и T.

Таблица 1

Матрица SWOT		
	Возможности (В)	Угрозы (У)
	1 2 3	1 2 3
Сильные стороны (С) 1 2 3	Поле «Сильные стороны и возможности» «СИБ»	Поле «Сильные стороны и угрозы» «СИУ»
Слабые стороны (СЛ) 1 2 3	Поле «Слабые стороны и возможности» «СЛВ»	Поле «Слабые стороны и угрозы» «СЛУ»

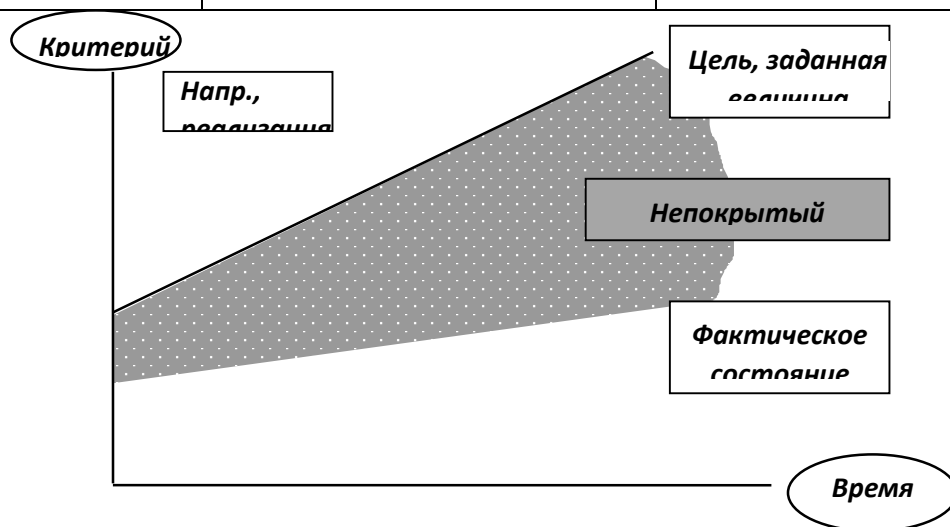


Рис. 1. Графическая интерпретация GAP-анализа

Задание 2. В таблице представлены данные о запасах и объемах продаж компании по 10 номенклатурным единицам:

Таблица 2

Название товара	Средний запас за год по позиции, тыс. руб.	Реализация за квартал, тыс. руб.			
		I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
А	4 900	4 000	3 700	3 500	4 100
Б	150	240	300	340	400
В	200	500	600	400	900
Г	1 900	3 300	1 000	1 500	2 000

Д	150	50	70	180	20
Е	450	450	490	460	480
Ж	900	1 400	1 040	1 200	1 300
З	2 500	400	1 600	2 000	2 900
И	3 800	3 600	3 300	4 000	3 400
К	690	700	1 000	1 100	800

Необходимо провести анализ запасов по методологии ABC и анализ продаж по методологии XYZ и обосновать решение относительно оптимизации торгового ассортимента на основе матриц ABC и XYZ.

Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга

Задание 1. Предприятие по производству навесных орудий для тракторов установило такие стандарты затрат:

- а) трудоемкость 1,5 часа на комплект;
- б) средняя часовая ставка оплаты труда 5,0 ден.ед./час.

Фактически было отработано 50 часов и произведено 40 комплектов навесных орудий с выплатой 320 ден.ед. заработной платы.

Определить отклонения:

- 1) общее отклонение по заработной плате;
- 2) по количеству нормо-часов на производство продукции;
- 3) по часовой ставке заработной платы.

Задание 2. Инструментальный завод использует систему калькулирования на основе стандартных затрат. Ниже приведены стандарты затрат и цен на производство инструмента К75.

Показатель	Технические нормы	Стандарты цен	Стандарты затрат, ден.ед.
Основные материалы	3,6 кг/ед.	200 ден.ед./кг	720
Прямой труд	2,5 часа/ед.	8 ден.ед./час	20
Итого			740

В течение октября завод выполнил заказ на производство 1 900 единиц инструмента. Доходы и затраты на выполнение заказа приведены ниже.

Расход стали, кг	6412
Затраты на закупку стали, ден.ед.	1353750
Фактическая трудоемкость, чел.-часов	5000
Прямая заработная плата, ден.ед.	37800

Рассчитайте следующие отклонения и укажите, являются они благоприятными или нет:

- а) по цене основных материалов;
- б) по использованию основных материалов;
- в) по ставке оплаты прямого труда;
- г) по производительности прямого труда.

2.4. Рекомендации по оцениванию рефератов (докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов за написание доклада - 2.

Балл «2» – выполнены все требования к написанию доклада: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы

выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Балл «1» – имеются существенные отступления от требований. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы сделаны ошибки.

Максимальное количество баллов для обучающихся заочной формы обучения за написание реферата – 22.

Балл «22» – выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены все требования к оформлению реферата, даны полные и правильные ответы на дополнительные вопросы.

Балл «18» – выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Балл «15» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Балл «10» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Балл «5» – тема реферата не полностью раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Балл «3» и менее обучающийся получает при не раскрытии и непонимании тематики реферата.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНТРОЛЛИНГА

Тема 1.1. Сущностная характеристика контроллинга

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.

Тема 1.2. Структура и виды контроллинга

1. Основные показатели бюджетов и их характеристика.
2. Разработка планов и стратегии на основе бюджетов.
3. Достоинства и недостатки бюджетирования в системе оперативного контроллинга.
4. Производство как объекты управления в системе стратегического контроллинга.
5. Содержание и задачи анализа производства в система тактического контроллинга.
6. Содержание и задачи анализа инфраструктуры в системе стратегического контроллинга.
7. Взаимосвязь издержек, затрат и расходов отчетного периода.

8. Управленческий учет в системе контроллинга.

РАЗДЕЛ 2. МЕХАНИЗМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНТРОЛЛИНГА

Тема 2.1. Контроллинг в системе маркетинга

1. Цели контроллинга в логистических системах.
2. Оперативный контроллинг в логистике.
3. Направления контроллинга в логистике.
4. Стратегический контроллинг в логистической деятельности.

Тема 2.2. Маркетинговый аудит

1. Аналитические и учетные компьютерные программы.
2. Осуществление контроллинга с применением информационных технологий в разных странах.
3. Система экономической информации, как основы экономического анализа логистического аудита.
4. Значение правильного отбора информации для проведения логистического аудита.
5. Моделирование деятельности в логистическом аудите.
6. Перспективы логистического аудита на микроуровне.

Тема 2.3. Информационное обеспечение и организация контроллинга

1. Развитие информационных технологий контроллинга.
2. Особенности контроллинга инвестиционных проектов.
3. Критерии оценки инвестиционных проектов в контроллинге.
4. Анализ критериев оценки инвестиционных проектов с дисконтированием денежных потоков.
5. Анализ возможных формирований инвестиционного портфеля на основе контроллинговых исследований.

Тема 2.4. Инструменты стратегического контроллинга

1. GAP – анализ: какова методика применения?
2. SWOT- анализ: какова методика применения?
3. Основная идея и принципы сбалансированной системы показателей.
4. Дерево целей, дерево проблем: принципы составления и применения.

Тема 2.5. Инструменты оперативного контроллинга

1. Методы и способы классификации затрат, виды затрат. Методы выявления зависимости затрат от объема выпуска.
2. Понятие центров ответственности в контроллинге, их классификация
3. Управленческий учет и его задачи.
4. Классификация методов учета затрат, используемых в контроллинге. Достоинства и недостатки методов управленческого учета.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний

Максимальное количество баллов за выполнение контрольной работы по разделам учебной дисциплины 10 баллов.

Балл «10» выставляется студенту:

1. При наличии полного правильного письменного ответа на все представленные задания.
2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «9» выставляется студенту:

1. При неполном правильном письменном ответе на все представленные задания.

2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «8» выставляется студенту:

1. При полном правильном ответе не на все представленные задания.

2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «7» выставляется студенту:

1. При неполном правильном ответе не на все представленные задания.

2. При корректном оформлении выполненного задания.

Балл «6» выставляется студенту:

1. При неполном правильном ответе не на все представленные задания.

2. При наличии ошибок в оформлении выполненного задания.

Балл «5» выставляется студенту:

1. При неполном правильном ответе на все представленные задания.

2. При наличии ошибок в оформлении выполненного задания.

Балл «4» и менее выставляется студенту при минимальном выполненном задании

Задания к контролю знаний по разделу 1

Вариант 1

Теоретические вопросы

1. Составляющие контроллинга: дать определение и краткую характеристику.
2. Опишите задачи контроллинга по таким функциям: регулирование, специальные функции, информационно-аналитическое обеспечение.
3. Дайте краткую характеристику основных разделов контроллинга.
4. Охарактеризуйте стратегический контроллинг (приведите примеры).

Тестовые задания

1. ***К разделам контроллинга относятся:***
 - a) снабжение, производство, распределения, контроллинг возвратных потоков;
 - b) организация, мотивация, планирование, контроль;
 - c) установление целей, планирование, управленческий учет, мониторинг, контроль, анализ планов и отклонений, выработка рекомендаций;
 - d) установление целей, планирование, управленческий учет, мониторинг, контроль.
2. ***Установление целей – это...***
 - a) определение качественных и количественных целей предприятия и выбор критериев, по которым можно оценить степень достижения поставленных целей;
 - b) превращение целей предприятия в прогнозы и планы;
 - c) отражение всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия в ходе выполнения плана;
 - d) анализ сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и опасностей
3. ***Количественное выражение целей предприятия и разработка путей их достижения – это...?***
 - a) прогноз;
 - b) план;
 - c) стратегия;
 - d) тактика.
4. ***Специфика управленческого учета состоит в том, что он ориентирован на:***
 - a) информационные потребности руководителей предприятия и подразделений, на поддержку принятия управленческих решений;
 - b) информационные потребности работников предприятия;
 - c) внешних пользователей (государственные органы, банки и др.);
 - d) b и c;

5. **Информация, которую поставляет система контроллинга, должна отвечать следующим требованиям:**

- a) достоверность, полнота, релевантность;
- b) полезность, понятность;
- c) своевременность, регулярность;
- d) все ответы верны.

6. **Мониторинг всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия – это....:**

- a) отслеживание протекающих на предприятии процессов в режиме реального времени;
- b) составление оперативных отчетов о результатах работы предприятия за наиболее короткие промежутки времени;
- c) сравнение целевых результатов с фактически достигнутыми;
- d) все ответы верны.

Вариант 2

Теоретические вопросы

- 1. Причины возникновения и внедрения контроллинга на современных предприятиях.
- 2. Опишите задачи контроллинга по таким функциям: планирование, учет, контроль.
- 3. Дайте краткую характеристику основным концепциям контроллинга.
- 4. Охарактеризуйте оперативный контроллинг (приведите примеры).

Тестовые задания

1. **Контроль целей позволяет оценить:**

- a) насколько они реалистичны, обоснованы, информативны, как они помогают предприятию решить стоящие задачи;
- b) правильно ли поставлены цели, корректно ли построено дерево целей предприятия, не противоречат ли разные цели друг другу, насколько адекватно количественные критерии отражают качественные цели предприятия;
- c) насколько прогноз развития событий не соответствует целям;
- d) какие внешние или внутренние условия мешают предприятию достичь поставленных целей, какие тенденции существуют в развитии этих условий.

2. **Контроллинг как система управления включает в себя два основных аспекта:**

- a) стратегический и оперативный;
- b) стратегический и тактический;
- c) управленческий и бухгалтерский;
- d) единичный и массовый.

3. **К целям стратегического контроллинга относятся:**

- a) обеспечение выживаемости;
- b) проведение антикризисной политики;
- c) обеспечение прибыльности и ликвидности предприятия;
- d) а и b

4. **В том случае, когда выбранный вариант стратегического плана устраивает руководство предприятия, для разработки системы следящего контроля достижения стратегических целей выбираются следующие области контроля:**

- a) стратегические цели (как качественные, так и количественные);
- b) критические внешние и внутренние условия, лежащие в основе стратегических планов;
- c) узкие и слабые места, выявленные в результате анализа стратегического плана;

- d) все ответы верны

5. Основная задача оперативного контроллинга:

- a) создание системы управления достижением текущих целей предприятия
b) принятие своевременных решений по оптимизации соотношения затраты – прибыль
c) оказывать помощь менеджерам в достижении запланированных целей, которые выражаются чаще всего в виде количественных значений уровней рентабельности, ликвидности и/или прибыли;
d) участие в установлении количественных и качественных целей предприятия

6. Оперативный контроллинг реализует свои функции на таком отрезке времени:

- a) до месяца;
b) до года;
c) до трех лет;
d) до пяти лет

Задания к контролю знаний по разделу 2

Вариант 1

Теоретические вопросы

1. Дайте определение маркетингового контроллинга и приведите алгоритм его осуществления.
2. Опишите укрупненную схему проведения маркетингового аудита.
3. Информационные тенденции в контроллинге: сущность и краткая характеристика.
4. Перечислите инструменты оперативного контроллинга.

Задача

1. Найти оптимальный вариант постройки склада по критериям Лапласа, Вальда, Гурвица с показателем 0,5 и Сэвиджа по заданной таблице эффективностей:

Стратегия	Прибыль для стратегий (вариантов спроса), млн. ден. ед.			
	1 (180)	2 (230)	3 (280)	4 (330)
1 (60 м ²)	20	22	24	24
2 (90 м ²)	15	28	34	36
3 (140 м ²)	-5	22	39	57
4 (180 м ²)	-14	6	47	65
5 (220 м ²)	-32	-5	50	72

Вариант 2

Теоретические вопросы

1. Охарактеризуйте контроллинг в маркетинге.
2. Раскройте сущность маркетингового аудита.
3. Сущность факторов построения интегрированной АИС.
4. Перечислите инструменты стратегического контроллинга.

Задача

1. Найти оптимальный вариант электростанции по критериям Лапласа, Вальда, Гурвица с показателями 0,8 и 0,3 и Сэвиджа по заданной таблице эффективностей:

Таблица эффективностей

Среда /Варианты	B1	B2	B3	B4
A1	10	8	4	11
A2	9	9	5	10
A3	8	10	3	14

A4	7	7	8	12
----	---	---	---	----

2.6. Рекомендации по оцениванию результатов индивидуальных заданий

Максимальное количество баллов за выполнение индивидуального задания для обучающихся очной формы по учебной дисциплине -8 баллов.

Балл «8» – выполнены все требования к написанию и защите индивидуального задания: раскрыта тема индивидуального задания в полном объеме; материал изложен кратко и логично; сформулированы выводы; выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению.

Балл «7» – основные требования к индивидуальному заданию и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в изложении; не выдержан объем индивидуального задания; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Балл «6» – имеются существенные отступления от требований к индивидуальному заданию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании задания или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Балл «5» – индивидуальное задание выполнено не в полном объеме, отсутствуют некоторые структурные элементы; обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Балл «3» и менее обучающийся получает при не раскрытии и непонимании выбранного направления индивидуального задания.

Максимальное количество баллов за выполнение индивидуального задания для обучающихся заочной формы по учебной дисциплине - 7 баллов.

Балл «7» – выполнены все требования к написанию и защите индивидуального задания: раскрыта тема индивидуального задания в полном объеме; материал изложен кратко и логично; сформулированы выводы; выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению.

Балл «6» – основные требования к индивидуальному заданию и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в изложении; не выдержан объем индивидуального задания; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Балл «5» – имеются существенные отступления от требований к индивидуальному заданию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании задания или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Балл «4» – индивидуальное задание выполнено не в полном объеме, отсутствуют некоторые структурные элементы; обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Балл «3» и менее обучающийся получает при не раскрытии и непонимании выбранного направления индивидуального задания.

Темы эссе

1. Какие инструменты анализа стратегической позиции предприятия Вы бы рекомендовали использовать
2. Опишите особенности реализации позиционного анализа компании
3. Опишите особенности реализации организационно-управленческого анализа
4. Опишите особенности реализации производственно-хозяйственного анализа
5. В чем заключается коммуникационный процесс в системе контроллинга?
6. Как обеспечить развитие информационного обеспечения контроллинга
7. В чем заключается система показателей и инструментов контроллинга

8. В чем заключается система показателей и инструментов маркетингового контроллинга
9. В чем заключается система показателей и инструментов экономического контроллинга
10. В чем заключается система мониторинга среды для нужд контроллинга
11. Опишите контроллинг эффективности использования ресурсов
12. Опишите контроллинг процесса снабжения (логистики)
13. В чем заключается контроллинг процесса производства
14. Опишите принципы контроллинга процесса сбыта
15. Опишите принципы контроллинга процесса инвестирования
16. Опишите принципы контроллинга качества
17. Опишите бюджетирование как процесс
18. Опишите этапы разработки бюджетов
19. В чем заключаются основные проблемы поддержки и повышения эффективности управления организацией на основе контроллинга

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№ п/п	Содержание оценочного средства (вопрос к зачету)	Индекс оцениваемой компетенции или ее элементов
Раздел 1. Тема 1.1.		
1	Сущность контроллинга как системы управления.	ПК-5, УК-1
2	Причины, послужившие возникновению контроллинга.	ПК-5, УК-1
3	Назовите компоненты современной концепции контроллинга.	ПК-5, УК-1
4	Основная цель контроллинга как концепции управления.	ПК-5, УК-1
Раздел 1. Тема 1.2.		
5	Основные функции контроллинга.	ПК-5, УК-1
6	Основные задачи контроллинга по видам управленческой деятельности.	ПК-5, УК-1
7	Факторы, влияющие на объем реализуемых на предприятии функций контроллинга.	ПК-5, УК-1
Раздел 2. Тема 2.1.		
8	История становления контроллинга как системы управления.	ПК-5, УК-1
9	Основные концепции контроллинга.	ПК-5, УК-1
10	Структура разделов контроллинга. Назовите основное отличие контроля от контроллинга.	ПК-5, УК-1
11	Назовите объекты контроллинга.	ПК-5, УК-1
12	Виды контроллинга.	ПК-5, УК-1
Раздел 2. Тема 2.2.		
13	Понятие и цели маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
14	Назначение и задачи внешнего и внутреннего маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
15	Последовательность проведения маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
16	Формирование команды для проведения маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
17	Причины проведения маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
18	Виды маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
19	Основной принцип проведения маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
20	Этапы маркетингового аудита.	ПК-5, УК-1
Раздел 2. Тема 2.3.		
21	Анализ эффективности маркетинговой деятельности.	ПК-5, УК-1
22	Охарактеризуйте варианты совершенствований маркетинговой деятельности.	ПК-5, УК-1
23	Предпосылки для использования анализа маркетинговой системы торгового предприятия.	ПК-5, УК-1
24	Цель и задачи анализа маркетинговой системы.	ПК-5, УК-1
25	Алгоритм и этапы анализа маркетинговой системы.	ПК-5, УК-1
26	Классы маркетинговых систем по степени структуризации.	ПК-5, УК-1
27	Сущность маркетингового контроллинга.	ПК-5, УК-1
28	Понятие «единое информационное пространство».	ПК-5, УК-1
29	Суть системы поддержки принятия решений (СППР) и основная цель.	ПК-5, УК-1
30	Факторы, влияющие на построение автоматизированных информационных систем.	ПК-5, УК-1
Раздел 3. Тема 3.1.		

31	ГАР-анализ.	ПК-5, УК-1
32	Анализ конкуренции.	ПК-5, УК-1
33	Портфолио-анализ.	ПК-5, УК-1
34	Анализ потенциала.	ПК-5, УК-1
35	Анализ сильных и слабых сторон.	ПК-5, УК-1
36	Метод разработки сценариев.	ПК-5, УК-1
Раздел 3.Тема 3.2.		
37	Расчет маржинальной прибыли.	ПК-5, УК-1
38	Сравнительные расчеты.	ПК-5, УК-1
39	АВС-анализ.	ПК-5, УК-1
40	Анализ объема заказов.	ПК-5, УК-1
41	Анализ величин в точке безубыточности.	ПК-5, УК-1
42	Анализ отклонений.	ПК-5, УК-1

Критерии оценивания согласно РПУД

<i>По шкале ECTS</i>	<i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i>	<i>По государственной шкале</i>	<i>Определение</i>
A	90-100	зачтено	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	зачтено	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	зачтено	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	не зачтено	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)