Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.10.2023 09:11:41
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)

Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ М.В. Усынин
«29» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ФИНАНСЫ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Управление бизнесом и интернет-маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная
Год набора – 2022

Челябинск – 2023

Рабочая программа дисциплины «Финансы в цифровом маркетинге» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 970).

Автор-составитель: Н.А. Смирнова

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления.
Протокол № 10 от 29.05.2023 г.

Заведующий кафедрой экономики и управления, кандидат экономических наук, доцент — Е.Г. Бодрова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля) 4

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы..... 5

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся..... 6

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 10

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) 10

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)..... 11

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 11

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем 12

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) 13

1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Наименование дисциплины

Финансы в цифровом маркетинге

1.2. Цель дисциплины

Приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков для организации и ведения финансовой работы в сфере управления проектами, умений использовать методы финансового планирования и контроля для разработки управленческих решений и проведения оценки их эффективности

1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

- формирование способности принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;
- формирование способности решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
- формирование способности проводить анализ, обоснование и выбор решения по созданию продуктов и услуг в профессиональной деятельности
- формирование способности осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации;
- формирование способности разрабатывать систему анализа и контроля исполнения показателей бюджета расходов на оплату труда;
- формирование способности осуществлять организационное и документационное обеспечение деятельности по налоговой отчетности и налоговому контролю предприятия
- формирование способности анализировать экономические модели управления хозяйствующих субъектов, с целью выявления рисков при принятии финансовых решений.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Финансы в цифровом маркетинге» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики
	УК-10.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
	УК-10.3. Владеет финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
ОПК – 1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Излагает теоретические основы функционирования экономики, анализирует объективные экономические закономерности на уровне отдельных субъектов и национальной экономики в целом.
	ОПК-1.2. Понимает особенности взаимодействия рыночных и государственных механизмов управления; оценивает эффективность форм и методов денежно-кредитной, бюджетноналоговой, социальной, стабилизационной и внешнеэкономической политики государства.
	ОПК-1.3. Осуществляет подбор и расстановку кадров, мотивацию их профессионального развития, оценку и стимулирование качества труда.
	ОПК-1.4. Осуществляет анализ спроса на производимую продукцию или услуги, прогноз и мотивацию сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей.
ПК-1 Способен проводить анализ, обоснование и выбор решения по	ПК-1.1 Осуществляет деятельность по формированию возможных решений по созданию продуктов и услуг в профессиональной

созданию продуктов и услуг в профессиональной деятельности	деятельности
	ПК-1.2 Оценивает эффективность создаваемых продуктов и услуг в профессиональной деятельности
	ПК-1.3 Обосновано применяет законодательство РФ в области профессиональной деятельности
ПК-2 Способен проводить бизнес-анализ для формирования возможных решений по организации работы исполнителей	ПК-2.1 Осуществляет деятельность по бизнес-анализу, обоснованию и выбору организационно-управленческих решений.
	ПК-2.2 Осуществляет планирование, организацию и проведение встреч и обсуждения с заинтересованными сторонами; оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; проводит оценку эффективности организационно-управленческих решений с точки зрения выбранных критериев.
	ПК-2.3 Применяет теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, теорию конфликты, информационные технологии (программное обеспечение) для целей бизнес-анализа
ПК-5 Способен осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации	ПК-5.1 Выполняет расчет по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг
	ПК-5.2 Составляет проекты финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации на основе нормативно-правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации
	ПК-5.3 Использует методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники
ПК-6 Способен разрабатывать систему анализа и контроля исполнения показателей бюджета расходов на оплату труда	ПК-6.1 Разрабатывает системы анализа и контроля исполнения показателей бюджета расходов на оплату труда (формы отчетности, состав показателей, методику их анализа и контроля)
	ПК-6.2 Применяет методы выявления резервов повышения производительности труда, работает с электронными массивами данных
	ПК-6.3 Осуществляет анализ финансово-хозяйственной деятельности организации, использует информационные системы и программные продукты для ведения бухгалтерского и управленческого учета
ПК-8 Способен осуществлять организационное и документационное обеспечение деятельности по налоговой отчетности и налоговому контролю предприятия	ПК-8.1 Применяет законодательство Российской Федерации о налогах и сборах, о бухгалтерском учете, отраслевое законодательство в сфере деятельности налогоплательщика, использует практику применения указанного законодательства
	ПК-8.2 Организует ведение налогового учета, составления налоговых расчетов и деклараций в экономическом субъекте
	ПК-8.3 Применяет набор инструментов налогового планирования (налоговые льготы, формы договорных взаимоотношений, цены сделок, ставки налогообложения, объекты налогообложения, социальные налоговые режимы)
ПК-9 Способен анализировать экономические модели управления хозяйствующих субъектов, с целью выявления рисков при принятии финансовых решений	ПК-9.1 Осуществляет деятельность по финансовому анализу экономического (хозяйствующего) субъекта, анализу и оценке финансовых рисков, разрабатывает меры по их минимизации.
	ПК-9.2 Составляет финансовый план, бюджеты и сметы хозяйствующего субъекта.
	ПК-9.3 Вырабатывает сбалансированные финансово-экономические решения в условиях выявленных рисков, вносит соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы)

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Финансы в цифровом маркетинге» относится к элективным дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) Управление бизнесом и интернет-маркетинг.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часов. Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре.

Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебной работы	Всего	Разделение по семестрам
		6
Общая трудоемкость, ЗЕТ.	**2**	**2**
Общая трудоемкость, час.	**72**	**72**
Аудиторные занятия, час.	**30**	**30**
Лекции, час.	15	15
Практические занятия, час.	15	15
Самостоятельная работа	**42**	**42**
Курсовой проект (работа)	-	-
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Основы финансов организации.

Сущность финансов предприятий, их роль в деятельности организаций и выполняемые функции. Виды финансовых отношений предприятий. Характеристика принципов организации финансов предприятий. Понятие финансовых ресурсов и источники их формирования (собственные, заемные). Собственный капитал организации и его элементы. Обязательства предприятия и их виды. Распределение собственного и заемного капитала в активах предприятия.

ТЕМА 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге.

Экономическое содержание оборотного капитала в цифровом маркетинге. Структура оборотных активов организации и источники финансирования оборотных средств. Определение потребности в оборотном капитале. Эффективность использования оборотного капитала. Производственный и финансовый циклы в обращении оборотных активов.

Экономическое содержание и источники финансирования основного капитала в цифровом маркетинге. Способы оценки стоимости объектов основных средств. Амортизация и ее роль в воспроизводственном процессе. Нематериальные активы предприятия и их виды. Амортизация НМА.

ТЕМА 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге

Понятие расходов предприятия, их классификация. Финансовые методы управления расходами в цифровом маркетинге. Планирование себестоимости и методы планирования затрат. Точка безубыточности.

Понятие доходов предприятия, их классификация. Планирование выручки от реализации продукции (объема продаж) в цифровом маркетинге. Порядок формирования и использования доходов от реализации продукции. Экономическое содержание прибыли, функции виды прибыли. Формирование, распределение и использование прибыли. Методы планирования прибыли.

ТЕМА 4. Управление финансами в цифровом маркетинге

Понятие и инструменты управления финансами в цифровом маркетинге. Финансовое планирование и прогнозирование на предприятии. Виды и методы финансового планирования. Система финансовых планов (бюджетов). Организация и реализация финансовой деятельности на предприятии. Финансовый контроль как инструмент управления корпоративными финансами.

Информационная база проведения оценки финансового состояния организации. Направления оценки финансового состояния: оценка состава и структуры активов, источников финансирования деятельности, оценка ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности.

ТЕМА 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге

Понятие денежного потока предприятия в цифровом маркетинге. Значение управления денежными потоками для финансов предприятия. Классификации денежных потоков в цифровом маркетинге. Анализ ликвидности, эффективности и рентабельности денежных потоков предприятия.

5.2. Тематический план

Номера и наименование разделов и тем	Количество часов				
	Общая трудоёмкость	из них			
		Самостоятельная работа	Аудиторные занятия	из них	
				Лекции	Практические занятия
6 семестр					
Тема 1. Основы финансов организации.	8	4	4	2	2
Тема 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге	18	10	8	4	4
Тема 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге	18	10	8	4	4
Тема 4. Управление финансами в цифровом маркетинге	14	8	6	3	3
Тема 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге	14	10	4	2	2
Всего по дисциплине	**72**	**42**	**30**	**15**	**15**
Всего зачетных единиц	**2**				

5.3. Лекционные занятия

Тема	Содержание	час.	Фрмируемые компетенции
Тема 1. Основы финансов организации.	1. Сущность финансов предприятий, их роль в деятельности организаций и выполняемые функции. 2. Виды финансовых отношений предприятий. 3. Понятие финансовых ресурсов и источники их формирования (собственные, заемные). 4. Характеристика принципов и факторов организации финансов предприятий 5. Капитал предприятии и его денежные фонды 6. Обязательства предприятия и их виды. 7. Собственный капитал организации и его элементы.	2	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9
Тема 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге	1. Понятие оборотного капитала. Виды оборотных активов. 2. Определение потребности предприятия в оборотных активах, их нормирование. 3. Производственный и финансовый циклы в	4	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5;

	обращении оборотных активов. 4. Понятие основного капитала. Виды основных средств и способы оценки их стоимости. 5. Понятие амортизации. Способы начисления амортизационных отчислений. 6. Нематериальные активы предприятия: понятие и виды. Амортизация НМА		ПК-6; ПК-8; ПК-9
Тема 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге	1. Понятие расходов предприятия, их классификация. 2. Планирование затрат на производство и реализацию продукции. 3. Точка безубыточности и ее расчет. Запас финансовой прочности. 4. Понятие доходов предприятия, их классификация 5. Методы планирования выручки от реализации. 6. Экономическое содержание прибыли, выполняемые функции. Виды прибыли. 7. Планирование прибыли от продаж.	4	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9
Тема 4. Управление финансами в цифровом маркетинге	Понятие и инструменты управления финансами в цифровом маркетинге. Финансовое планирование и прогнозирование на предприятии. Виды и методы финансового планирования. Система финансовых планов (бюджетов). Организация и реализация финансовой деятельности на предприятии. Финансовый контроль как инструмент управления корпоративными финансами. Информационная база проведения оценки финансового состояния организации. Направления оценки финансового состояния: оценка состава и структуры активов, источников финансирования деятельности, оценка ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности.	3	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9
Тема 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге	1. Понятие денежного потока предприятия. 2. Значение управления денежными потоками для финансов предприятия. 3. Классификации денежных потоков. 4. Анализ ликвидности, эффективности и рентабельности денежных потоков предприятия.	2	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9
Итого		**15**	

5.4. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 1. Основы финансов организации.	Проведение тестирования	2	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2;	Тестирование

			ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	
Тема 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге	Решение задач по планированию потребности предприятия в основном и оборотном каптале. Тестирование	4	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Задачи. Контрольная работа. Тестирование
Тема 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге	Решение задач по, планированию переменных и постоянных затрат предприятия, определению точки безубыточности, по планированию выручки и прибыли предприятия. Составление выводов, Тестирование	4	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Задачи. Контрольная работа Тестирование
Тема 4. Управление финансами в цифровом маркетинге	Составление финансовых планов предприятия в цифровом маркетинге.	3	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Задачи. Контрольная работа
Тема 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге	Составление отчета о движении денежных средств предприятия Проведение оценки денежных потоков предприятия. Составление выводов	2	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Задачи. Контрольная работа Итоговое тестирование
Итого:		**15**		

5.5. Самостоятельная работа студентов

Тема	Виды самостоятельной работы	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 1. Основы финансов организации.	1. Подготовка к тестированию	4	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Тест

Тема 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге	1. Подготовка к контрольной работе 2. Подготовка к тестированию	10	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Тест Контрольная работа
Тема 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге	1. Подготовка к контрольной работе 2. Подготовка к тестированию	10	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Тест Контрольная работа
Тема 4. Управление финансами в цифровом маркетинге	1. Подготовка к контрольной работе	8	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Контрольная работа
Тема 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге	1. Подготовка к контрольной работе 2. Подготовка к тестированию	10	УК-10; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-8; ПК-9	Итоговый тест Контрольная работа
Итого:		**42**		

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Финансы в цифровом маркетинге» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Печатные издания

1.Чипижко, А. Прибыльная веб-студия. Пошаговое руководство: / А. Чипижко. - Спб.: Питер, 2016. - 192 с.: ил. - (Начать и преуспеть).

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Камолов, С.Г. Цифровое государственное управление: учебник для вузов / С.Г. Камолов. — Москва: Юрайт, 2023. — 336 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520044 (дата обращения: 18.05.2023).

2. Сергеев, Л.И. Цифровая экономика: учебник для вузов / Л.И. Сергеев, Д.Л. Сергеев, А.Л. Юданова; под ред. Л.И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 437 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509767 (дата обращения: 18.05.2023).

3. Хуссейн, И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И.Д. Хуссейн. — Москва: Юрайт, 2023. — 68 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520372 (дата обращения: 18.05.2023).

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

Электронные образовательные ресурсы

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: https://minobrnauki.gov.ru/;
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: http://school-collection.edu.ru/;
3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: http: //fcior. /edu.ru/;
4. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/.
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области: http://chelstat.gks.ru/default.aspx.
6. Образовательная платформа «Юрайт»: https://urait.ru

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Финансы в цифровом маркетинге» закладывает основы знаний в сфере экономических и финансовых показателей деятельности предприятий, формирует у обучающихся универсальные и профессиональные компетенции. Курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, в рабочем учебном плане подготовки бакалавра по направлению 38.03.02. Менеджмент.

Цель дисциплины - приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков для организации и ведения финансовой работы в цифровом маркетинге, умений использовать методы финансового планирования и контроля для разработки управленческих решений и проведения оценки их эффективности

Основные задачи дисциплины – сформировать способности обрабатывать статистические данные; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; проводить анализ, обоснование и выбор решения по созданию продуктов и услуг в профессиональной деятельности; осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации; анализировать экономические модели управления хозяйствующих субъектов, с целью выявления рисков при принятии финансовых решений.

Структура дисциплины включает в себя девять тем, лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов.

Тема 1. Основы финансов организации.

Тема 2. Основной и оборотный капитал организации в цифровом маркетинге

Тема 3. Расходы, доходы и прибыль организаций в цифровом маркетинге

Тема 4. Управление финансами в цифровом маркетинге

Тема 5. Денежные потоки предприятия в цифровом маркетинге.

Для организации самостоятельной работы разработаны методические указания, которые включают:

- повторение лекционного материала
- решение задач и выполнение заданий
- подготовку к контрольным работам.

.При подготовке к экзамену следует обратить внимание на содержание основных разделов дисциплины, определение основных понятий курса, методик расчета основных экономических показателей. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды самостоятельной работы студентов:

- Работа с конспектом лекций;
- Выполнение домашних заданий;
- Сбор информации по темам курса в периодической печати;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень информационных технологий:

Платформа для презентаций Microsoft PowerPoint;
онлайн платформа для командной работы Miro;
текстовый и табличный редактор Microsoft Word;
портал института http://portal.midis.info

Перечень программного обеспечения:

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)
Mozilla Firefox
Adobe Reader
ESET Endpoint Antivirus
Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166)
Microsoft™ Office®
Google Chrome
«Балаболка»
NVDA.RU

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. «Гарант аэро»
2. КонсультантПлюс
3. Научная электронная библиотека «Elibrary.ru».

Сведения об электронно-библиотечной системе

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	Образовательная платформа «Юрайт»: https://urait.ru

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет анализа финансово-хозяйственной деятельности, финансов, денежного обращения и кредитов № 342	*Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:* Компьютер Парты (2 –х местная) Стол учителя Стул учителя Стулья Доска магнитно-маркерная Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет
2.	Библиотека. Читальный зал № 122	Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный **Условия для лиц с ОВЗ:** Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».