



УТВЕРЖДАЮ
Ректор АНО ОДПО
«УЦ «Симбирск-ЛИНК»
Люлькин А.В.
«11» ноября 2025 г.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Управление маркетингом и финансами»
(в объеме 252 академических часа)**

Форма обучения
(очно-заочная)

г. Ульяновск, 2025

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ повышения квалификации

Целями освоения программы «Управление маркетингом и финансами» являются:

- 1.1 достижение понимания студентами важности управления в организациях различного типа (коммерческих, общественных, благотворительных, муниципальных и пр.);
- 1.2 развитие основных навыков и компетенций, присущих профессиональным менеджерам;
- 1.3 изучение подходов к эффективному управлению различными аспектами организации, включая управление финансами и маркетингом внешних и внутренних потребителей;
- 1.4 изучение методов влияния внешней среды на деятельность организации и способы реагирования на изменения, происходящие во внешней среде.

Основные задачи освоения программы заключаются в том, чтобы научить студентов:

- понимать важность финансовых и маркетинговых аспектов в деятельности организации и их влияния на работу менеджера;
- рационально подходить к решению задач, способствующих повышению конкурентоспособности предприятия, предпринимательскому успеху и социально-экономическому развитию;
- организовывать коммуникации как внутри организации, так и за ее пределами с потребителями и другими заинтересованными сторонами;
- принимать решения в рабочих ситуациях с учетом имеющейся финансовой информации;
- принимать решения в рабочих ситуациях, опираясь на результаты маркетинговых исследований;
- анализировать финансовые возможности организации для развития и эффективной деятельности.
- выявлять потенциальные области возникновения проблем в деятельности организации и решать их различными способами, соблюдая этические нормы.

Программа ориентирована на линейных менеджеров и менеджеров среднего звена, имеющих различный уровень базовой подготовки от полного среднего образования до высшего образования.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Код компетенции из ФГОС ВПО Бакалавр (Б) Магистр (М)	Содержание компетенции
ОК-1 (М)	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2 (М)	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-5 (Б)	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6 (Б)	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-7 (Б)	Способность к самоорганизации и саморазвитию
ПК-4 (М)	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
ОПК-2 (Б)	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-4 (Б)	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ОПК-5 (Б)	Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
ОПК-7 (Б)	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-4 (Б)	Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-9 (Б)	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды

	на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-10 (Б)	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-12 (Б)	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-14 (Б)	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета

3. ТРЕБОВАНИЯ К КОНЕЧНЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Уровень цели	Код результата обучения	Результат обучения	Код соответствующей компетенции из ФГОС ВПО
Знать			
	3.1	основные принципы маркетинговой деятельности организации, задачи взаимодействия с внешними и внутренними потребителями.	ПК-9 (Б)
	3.2	принципы сегментирования, составления маркетингового плана, способы проведения маркетинговых исследований	ПК-9 (Б)
	3.3	основные методы анализа макроэкономической среды и способы ее влияния на функционирование организаций	ПК-9 (Б)
	3.4	основные подходы к управлению финансами в организации	ОПК-5 (Б)

	3.5	основные подходы к бюджетированию, ключевые финансовые показатели деятельности организации.	ОПК-5 (Б)
Уметь			
	У.1	классифицировать сегменты потребителей, с которыми работает организация	ПК-9 (Б)
	У.2	планировать количественные и качественные маркетинговые исследования	ПК-9 (Б)
	У.3	анализировать основные факторы внешней среды, влияющие на организацию и тренды их развития	ПК-9 (Б)
	У.4	планировать операционную деятельность с учетом данных внешних и внутренних маркетинговых исследований	ПК-12 (Б)
	У.5	измерять степень удовлетворенности потребителей качеством продукта	ПК-10 (Б)
	У.6	принимать управленческие решения, опираясь на данные финансовой оценки деятельности предприятия	ПК-14 (Б)
	У.7	объяснять разницу между различными типами бюджетов, учитывая достоинства и недостатки разных методов	ПК-14 (Б)
	У.8	анализировать потребности различных финансово заинтересованных сторон и учитывать их интересы при принятии решений	ПК-14 (Б)
	У.9	определять затраты и вести их учет по видам деятельности	ПК-14 (Б)
	У.10	анализировать и интерпретировать финансовые отчеты и основные показатели деятельности	ПК-14 (Б)
	У.10	определять характеристики деятельности организации: экономичность, эффективность, результативность и справедливость	ОПК-5 (Б)
Владеть			
	В.1	технологией решения проблем (выявлять проблемы в финансовой и маркетинговой деятельности, формулировать их, анализировать и предлагать решения)	ОК-1 (Б)
	В.2	методами принятия управленческих решений на основе финансовых показателей и маркетинговой информации	ОК-2 (М) ПК-14 (Б)

	В.3	методами построения эффективных взаимоотношений с потребителями организации.	ПК-12 (Б)
	В.4	способами подготовки письменных аналитических докладов	ОПК-7 (Б)

4. ОБЪЕМ ПРОГРАММЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ (ЧАС)

	Всего Часов
Общая трудоемкость	252
Аудиторные занятия	
Лекции	12
Практические занятия (ПЗ)	38
Консультации, в т.ч. по Интернет (К)	52
Самостоятельная работа	
Изучение теоретических учебных материалов	65
Выполнение заданий по анализу практики	56
Выполнение письменных работ	20
Итоговый контроль	9

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа.

№ п/ п	Раздел программы профессиональ ной подготовки	Итого	ЗЕТ	Контактные часы, включая работу он-лайн.			Самостоя- тельная работа	Формы текущего контроля успеваемости. Форма промежуточной аттестации
				Ауд.		Дист		
				Лек.	ПЗ			
1.	Понимание потребителе й	45	1,25	2	8	8	27	Зачет заданий по анализу практической деятельности.
2.	Инструмент ы маркетинга	72	2	4	10	16	42	Зачет заданий по анализу практической деятельности. Письменная работа 1.
3.	Учет и	72	2	4	10	16	42	Зачет заданий по

	бюджетирование							анализу практической деятельности.
4.	Основы финансового анализа	54	1,5	2	8	10	34	Зачет заданий по анализу практической деятельности. Письменная работа 2.
5.	Итоговая аттестация	9	0,25				9	Итоговая письменная работа
6.	Общая трудоемкость	252	7	12	36	50	154	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ПРОГРАММЫ

Программа представляет собой совокупность взаимосвязанных разделов и тем, посвященных управлению маркетингом и финансами. Содержание каждой темы ориентировано на развитие соответствующей области компетентности менеджеров.

Тема	Основное содержание
Понимание потребителей	<i>Понимание потребителей и влияние на их поведение:</i> Факторы, влияющие на поведение потребителя. Процесс совершения покупок организациями. Изменение поведения людей.
	<i>Удовлетворенность потребителей:</i> Удовлетворенность потребителей и качество. Методы сегментации рынка. Нацеливание. Позиционирование.
	<i>Что такое маркетинг?:</i> Маркетинг в различных контекстах. Покупатели, потребители и клиенты. Обмен, справедливость и удовлетворенность.
Инструменты маркетинга	<i>Товары и услуги – создание ценности в процессе обмена:</i> Ценность, качество и маркетинговые отношения. Отличие услуг от товаров. Достижение и поддержание качества в процессе предоставления услуг. Сбой в предоставлении услуги и ее восстановление. Выстраивание хороших маркетинговых взаимоотношений
	<i>Маркетинговая смесь:</i> Согласование элементов маркетинговой смеси. Продукт. Ценообразование. Место. Продвижение. Устойчивость развития и маркетинговая смесь. Особенности услуг и маркетинговая смесь. Люди, процесс и физические свидетельства оказания услуги.

	<p><i>Управление маркетинговой информацией:</i> Типы маркетинговых исследований. Выбор респондентов и сбор данных. Критика маркетинговых исследований.</p>
	<p><i>Маркетинговый план:</i> Компоненты маркетингового плана.</p>
Учет и бюджетирование	<p><i>Бюджеты для планирования и управления:</i> Функция бюджета. Бюджеты и планирование. Бюджетные процедуры и структуры.</p>
	<p><i>Потребность в финансовой информации:</i> Важность финансовой информации. Финансово заинтересованные стороны.</p>
	<p><i>Практическое применение бюджетов:</i> Различные подходы к бюджетированию. Бюджеты и люди.</p>
	<p><i>Измерение затрат в организациях:</i> Введение в концепции затрат. Маржинальная прибыль. Анализ безубыточности. Отнесение косвенных затрат к объектам затрат. Учет затрат по видам деятельности.</p>
	<p><i>Принятие финансовых решений</i> Определение сопутствующих затрат и принятие финансовых решений. Различные типы решений, принимаемых с использованием сопутствующих затрат.</p>
Основы финансового анализа	<p><i>Финансовая отчетность:</i> Входы, преобразование и выходы. Финансовый учет. Отчеты о доходах и расходах. Балансовый отчет.</p>
	<p><i>Отчет о движении денежных средств:</i> Поток денег. Управление циклом оборотного капитала.</p>
	<p><i>Анализ и интерпретация финансовых отчетов:</i> Процентные и относительные показатели. Учет по центрам ответственности. Система сбалансированных показателей. Экономичность, эффективность, результативность и справедливость.</p>

6.2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ПРОГРАММЫ

№ раздела	№ занятия	Основное содержание
		•
1	1	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебными ситуациями «Поведение потребителя», «Результаты сегментации». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализа информации и проведения маркетинговых исследований • работы в группах • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • использования теорий маркетинга • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности
2	2	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебными ситуациями «Товар и услуга», «Маркетинговая смесь 4Р и 7Р». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • работы в группах • использования моделей маркетинга • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности
3	3	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебной ситуацией «Эффект хоккейной клюшки». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • работы в группах различного состава • применения методов бюджетирования • расчета различных методов прибыли • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности
4	4	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебными ситуациями «Составление отчета о прибыли и убытке». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • работы в группе • анализа затрат организации • использования результатов финансового анализа для принятия решений • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности

5	4	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебными ситуациями «Принятие решений на основе финансовой информации». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • работы в группе • использования документов финансовой отчетности • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности
6	5	<p>Мини-лекции по материалам курса в соответствии с планом изучения курса. Работа с учебными ситуациями «Показатели деятельности торговой компании». Отработка умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникаций (индивидуальных, групповых, публичных выступлений) • групповой работы • использования теорий измерения деятельности • применения модели сбалансированных показателей • анализа учебных ситуаций и решения проблем • подготовки письменных докладов и отчетов • рефлексии собственной деятельности

6.3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСТАНЦИОННОЙ ЧАСТИ ПРОГРАММЫ

Дистанционная часть курса реализуется через учебный портал E-Study. Для достижения заявленных образовательных результатов для слушателей создана специальная образовательная платформа, которая предоставляет возможности выполнения заданий, консультирования и общения с коллегами по курсу.

1. *Конференция программы*, в которой участвуют все слушатели, проходящие обучение в данный момент и все преподаватели, работающие на программе. В конференции обсуждается, с какими трудностями сталкиваются менеджеры разных уровней, работающие в разных отраслях и в разных регионах, слушатели имеют возможность обмениваться опытом, делиться интересными материалами, связанными с изучаемой тематикой и обсуждать их со всеми слушателями и преподавателями программы.

2. *Форум учебной группы*, в которой участвуют слушатели одной учебной группы и их преподаватель. Преподаватель помогает слушателям спланировать обучение, размещает планы очных занятий (тьюториалов), дополнительные материалы и учебные ситуации. Слушатели имеют возможность задать вопросы по изучаемым самостоятельно материалам, разместить результаты выполнения практических заданий и получить консультации по корректности применения изучаемых моделей. Преподаватель размещает рекомендации и отвечает на вопросы по письменным заданиям, выполняемым слушателями, дает обобщенную обратную связь по итогам проверки. Также преподаватель в конференции группы делает акценты на наиболее важные темы или те темы, которые вызывают наибольшие затруднения в понимании, дает дополнительные комментарии, размещает при необходимости вспомогательные материалы. Преподаватель со слушателями имеют возможность в течение всего периода обучения обсуждать особенности применения изучаемых материалов в конкретных ситуациях.

3. *Преподаватель-слушатель.* Слушатель имеет возможность обратиться непосредственно к преподавателю для обсуждения затруднений, возникших в процессе обсуждения. Тематика обсуждений в конференциях и форумах группы совпадает со структурой и содержанием программы. Объем нагрузки составляет в среднем 30 мин в день.

6.4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Часы самостоятельной работы отводятся на изучение теоретического материала, выполнение заданий по анализу практической деятельности и написание контрольных работ.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

(Указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы).

- технология работы в малых группах по этапам: исследование, дискуссия и рефлексия;
- анализ учебных и практических ситуаций слушателей;
- технология работы в рамках проблемно-ориентированного подхода (анализ ситуации, выработка предположений и выявление проблемы, формулировка выводов, выработка рекомендаций и плана действий, предполагаемые последствия реализации рекомендаций, преимущества и недостатки предложений);
- технология организации дискуссии и развития коммуникативных навыков, в том числе с использованием Интернет-технологий;
- компетентностный подход с акцентированием не на сумме усвоенных знаний, а на способности слушателя успешно действовать в различных ситуациях;
- личностно-ориентированный подход;
- рефлексивный подход.

В программе повышения квалификации следующие виды учебной деятельности:

- **Мини-лекции.** Проводятся в рамках очных занятий. Предназначены для обзора теоретического материала и обсуждения значимых с точки зрения управления концепций и подходов.
- **Практические занятия.** Проводятся для освоения представленных в программе концепций и моделей, развития и закрепления навыков их применения в различных управленческих ситуациях. Занятия основаны на использовании эффективных методов групповой работы и обмена опытом между слушателями.
- **Самостоятельные занятия.** Основная форма самостоятельной работы слушателя – это изучение учебных материалов в соответствии с планом программы с целью выполнения слушателем заданий по анализу собственной деятельности и выработке предложений по ее улучшению.
- **Internet-форумы.** Для более глубокого усвоения содержания программы слушатели участвуют в Интернет-форумах программы в целом и учебной группы.
- **Консультации.** Слушатель может проконсультироваться у преподавателя по телефону, электронной почте, лично и по другим каналам общения по вопросам, связанным с обучением. В процессе обучения обеспечивается постоянный контакт слушателей и преподавателя, позволяющий оперативно разрешать возникающие затруднения в освоении учебной программы.

- **Выполнение заданий по анализу практической деятельности.** В течение обучения на программе слушатель выполняет еженедельные письменные задания, анализируя свою практическую деятельность. В заданиях выявляются проблемы практики, которые решаются при помощи инструментария курса.
- **Письменные работы.** Слушатели готовят три письменных задания, которые проверяют преподаватели, предоставляя им развернутую обратную связь. В основе каждого письменного задания выработка рекомендаций по решению проблем в заданной области управления, выявленных в собственной практической деятельности.
- **Итоговая письменная работа.** Обучение на программе завершается выполнением экзаменационной письменной работы.

•

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

(Указываются примеры контрольных работ, список тем для рефератов, образцы заданий итогового контроля)

8.1. Задания по анализу практической деятельности.

Задания по анализу различных областей практической деятельности менеджера собраны в специальные сборники, которые перечислены в списке основной литературы.

8.2 Письменные задания

В процессе обучения на программе слушатели готовят две письменных работы, которые проверяет преподаватель, предоставляя индивидуальную обратную связь. В основе каждого письменного задания выработка рекомендаций по решению проблем в собственной практической деятельности. Письменные задания описаны в «Буклете письменных заданий (ТМА)», который приведен в списке основной литературы.

8.3 Итоговая письменная работа

Обучение на программе завершается выполнением итоговой письменной работы. Подходы к оцениванию письменных заданий для преподавателей описаны в Руководстве по оцениванию письменных работ. Условие успешного завершения программы - оценка не ниже 40 баллов.

8.4. Шкала перевода оценок

0-39 баллов – неудовлетворительно
 40-49 баллов – удовлетворительно
 50-64 балла – хорошо
 65-100 баллов - отлично

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

а) основная литература:

1. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Книга для чтения:** Управление маркетингом и финансами. Часть 1. – 128 с.: рис., табл., граф., схемы, фото.

2. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Книга для чтения:** Управление маркетингом и финансами. Часть 2. – 164 с.: рис., табл., граф., схемы, фото.
3. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Сборник заданий по курсу:** Часть 1. – 88 с.: рис., табл.
4. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Сборник заданий по курсу:** Часть 2. – 86 с.: рис., табл.
5. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов / Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Руководство по изучению курса:** Метод. пособие. – 52 с.: рис.
6. Управление маркетингом и финансами: Учеб. пособие для студентов; Под ред. Лютовой Т.В. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2017. **Буклет заданий (ТМА).** – 24 с.: табл.
7. Управление маркетингом и финансами: Учеб. Пособие для тьюторов – Жуковский: АНО ВО «Международный институт менеджмента ЛИНК», 2017. **Руководство по оцениванию письменных заданий (ТМА).** – 38 с.

б) дополнительная литература:

1. **Инструменты менеджера:** Учеб. пособие для студентов/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2010 – 48 с.: рис., табл., схем., диагр.
2. Тайлер Ш. **Руководство по эффективному самообучению менеджера:** Метод. пособие/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2010 – 348 с.: рис., табл., граф., диагр.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

(Указывается материально-техническое обеспечение данной дисциплины).

- 1) Компьютер для преподавателя.
- 2) Проектор и экран для показа слайдов, электронная указка.
- 3) Плакаты формата А0, фломастеры
- 4) Раздаточные материалы формата А4