

УДК 339.1(075.8)
ББК 65.290-2я73
У68

Рецензенты:

П.В. Журавлев — д-р экон. наук, проф., заведующий кафедрой менеджмента Московской академии предпринимательства при правительстве Москвы;

В.П. Чеглов — доцент кафедры экономики и управления на предприятиях торговли Российского государственного торгово-экономического университета

Урясьева Т.И.

У68 **Финансовые технологии в маркетинге: Учеб. пособие. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. — 200 с.**

ISBN 978-5-9558-0296-1 (Вузовский учебник)

ISBN 978-5-16-006506-9 (ИНФРА-М)

В учебном пособии приведены принципы и методы принятия эффективных стратегических маркетинговых решений; обобщены и систематизированы методики обоснования маркетинговых решений на основе применения методов финансового анализа; предложен комплексный подход к оценке текущего положения предприятия на рынке и прогнозированию его изменения, что позволит руководству российских предприятий объективно оценивать свои рыночные возможности и избегать стратегических ошибок при планировании расходов на маркетинговые мероприятия. Рассмотрены показатели эффективности маркетинга, дана оценка их влияния на финансовые результаты деятельности предприятия; возможность использования концепции достижимого экономического роста в маркетинге; предложена концепция инвестиционной деятельности в маркетинге.

Для магистров, аспирантов, преподавателей дисциплин по маркетингу, стратегическому менеджменту, экономических дисциплин, практических работников, руководителей российских компаний, специалистов по маркетингу, менеджеров любого уровня, руководителей финансовых служб.

ББК 65.290-2я73

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
ТЕМА 1	
МЕСТО ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ.....	7
1.1. Основные определения.....	7
1.2. Методы финансового анализа в маркетинге	8
1.3. Операционный анализ в маркетинге	17
1.4. Влияние маркетинговых решений на активы предприятия	20
Резюме	22
Контрольные вопросы	23
Упражнения.....	24
ТЕМА 2	
ФИНАНСОВОЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ	28
2.1. Информационная система управления финансовой деятельностью	28
2.2. Финансовый анализ структуры бухгалтерского баланса.....	31
Резюме	34
Контрольные вопросы	35
Упражнения.....	35
ТЕМА 3	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	37
3.1. Процесс прогнозирования и виды прогнозов спроса	37
3.2. Прогнозирование потенциала сбыта	40
3.3. Прогнозирование стратегий конкурентов	43
Резюме	46
Контрольные вопросы	47
Упражнения.....	48

ТЕМА 4

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	50
4.1. Процесс анализа маркетингового потенциала	50
4.2. Система маркетинговых показателей, определяющих долгосрочную прибыль предприятия и его позицию на рынке.....	56
Резюме	57
Контрольные вопросы	58
Упражнения.....	59

ТЕМА 5

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ	60
5.1. Принципы управления продуктовым (товарным) портфелем предприятия	60
5.2. Управление прибыльностью товарного ассортимента	61
Резюме	65
Контрольные вопросы	66
Упражнения.....	66

ТЕМА 6

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ.....	69
6.1. Маркетинговые решения по ценам в системе ценообразования.....	69
6.2. Влияние финансовых и рыночных целей предприятия на решения по ценам.....	73
Резюме	76
Контрольные вопросы	78
Упражнения.....	79

ТЕМА 7

УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ.....	81
7.1. Влияние решений по выбору структуры канала распределения на финансовые результаты деятельности предприятия	81
Резюме	83
Контрольные вопросы	84
Упражнения.....	84

ТЕМА 8

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	87
8.1. Управление промежуточными и конечными показателями эффективности рекламной кампании.....	87
8.2. Оценка эффективности инвестиций в рекламную кампанию.....	90
Резюме	94
Контрольные вопросы	95
Упражнения.....	96
Деловая ситуация	97

ТЕМА 9

КОНТРОЛЬ В МАРКЕТИНГЕ	99
9.1. Сбалансированная система показателей в маркетинге как инструмент контроля, основные принципы построения	99
9.2. Виды контроля в маркетинге.....	102
9.3. Оценка изменения текущего положения предприятия на основе контроля промежуточных показателей.....	104
9.4. Управление затратами в маркетинге	106
Резюме	110
Контрольные вопросы	112
Упражнения.....	112
Деловая ситуация	113

ТЕМА 10

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	116
10.1. Основные показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности.....	116
10.2. Влияние маркетинговых стратегий на эффективность маркетинговой деятельности.....	120
Резюме	123
Контрольные вопросы	124
Упражнения.....	125

ТЕМА 11

МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 126

11.1. Понятие о концепции устойчивого
(сбалансированного) роста 126

11.2. Влияние маркетинговых решений на рост рыночной
стоимости предприятия 128

Резюме 130

Контрольные вопросы 131

Упражнения 132

ТЕМА 12

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ В МАРКЕТИНГЕ 133

12.1. Концепция инвестиционной деятельности
в маркетинге 133

12.2. Классификация маркетинговых инвестиционных проектов 138

12.3. Маркетинговый план как инвестиционный проект
предприятия 141

12.4. Сущность инвестиционных рисков в маркетинге 142

12.5. Методологические подходы к снижению рисков
маркетинговых инвестиционных проектов 145

12.6. Аналитические подходы к оценке рисков
маркетинговых проектов 148

12.7. Маркетинговые способы снижения рисков при реализации
стратегии роста предприятия 152

12.8. Возможности минимизации инвестиционных рисков на основе
изучения конъюнктурных тенденций 156

Резюме 160

Контрольные вопросы 164

Упражнения 165

ГЛОССАРИЙ 168

ПРЕЗЕНТАЦИЯ 178

Список литературы 193