

Управление маркетингом в торговой деятельности современного хозяйствующего субъекта – комплексный процесс, включающий вариативные трудовые, материальные и финансовые затраты. В начале XXI века произошли качественные трансформации в содержательной сущности маркетинга, определяемые появлением новых форм организации бизнеса, активизации сетевых структур и партнерства, повышением роли инновационной компоненты в комплексе маркетинга и т.д. Реалии неустойчиво развивающейся на рубеже второго десятилетия XXI века экономики вынуждают не только малые, но и средние, а также крупные торговые предприятия сокращать инвестирование в маркетинговый комплекс, в т.ч. в маркетинговую коммуникационную активность в периоды экономических рецессий.

Оригинальность разработки: В учебнике материал излагается концептуально в компаративистском ключе. На основе осмысления крупных перемен, происходящих в России в сфере управления маркетинговой деятельностью, сделаны обобщения, которые помогут в решении проблем развития правовой и научной базы, механизмов, культуры и практики управления маркетингом в торговле.

**Актуальность разработки учебника по маркетингу в торговой деятельности** обусловлена динамично развивающимися трансформационными процессами в экономическом поле Российской Федерации, в том числе, в условиях виртуализации отечественной экономической науки.

В этом аспекте важно сформировать у будущего маркетолога комплекс знаний об истоках, месте и роли системы маркетинга в системе управления торговым предприятием, что так же подчеркивает актуальность разработки данного учебника с целью формирования у маркетолога комплексного представления об эффективных моделях маркетинга в торговле с учётом экономических, правовых, культурных особенностей нашего государства.

Указанные проблемы обуславливают необходимость разработки учебника, позволяющего сформировать у будущего маркетолога комплекс знаний о разработке и реализации схем управления маркетинговой деятельностью торговой организации, способствующих повышению рентабельности инвестиций в комплекс маркетинга, обеспечивающих нестандартный характер коммуникационного воздействия на целевые аудитории, формирования представления о научно-обоснованных механизмах внедрения комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности торговых организаций в XXI веке.

Методический уровень: учебник написан на высоком методическом уровне, текст представляет собой дидактически и методически обработанный и систематизированный авторами ма-

териал, соответствующий ООП по направлению 100700 «Торговое дело».

Основной текст учебника сконструирован так, чтобы привить бакалавру умения: проводить научный анализ; делать выводы и применять научно обоснованные решения в условиях неопределенности; видеть перспективы развития научных исследований в области изучения маркетинга в торговле; пользоваться современной научной информацией, перерабатывать и использовать ее при решении практических задач.

Текст учебника обеспечивает полное раскрытие вопросов программы учебной дисциплины «Маркетинг в торговле». Текст доступен для успешного усвоения бакалаврами, способствует мотивации учения, формированию умений и навыков, а также творческих способностей будущих маркетологов.

В учебнике обеспечена преемственность знаний, полученных при изучении предшествующих дисциплин, а также тесные внутридисциплинарные и межпредметные связи.

Библиографическое описание: Маркетинг в торговой деятельности: учебник / М.В. Чебыкина, Е. Ю. Бобкова. – М.: Книжный перекресток, 2013 – 209 с.

#### **ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА (учебное пособие)**

Черниченко А.Н., Черниченко Л.Л.,  
Лапаев Д.Н., Шихалиева Д.С.

*Филиал Ростовского государственного  
университета путей сообщения,  
Минеральные Воды, Нижний Новгород,  
e-mail: alma-kmw@yandex.ru*

Учебное пособие «Финансовая политика организации: теория и практика» является теоретико-практическим материалом, углубляющим знания в области финансов, оценки бизнеса, инвестиций, рынка финансовых инструментов, управления рисками, планирования и прогнозирования финансовой деятельности организации.

Предлагаются к рассмотрению вопросы, касающиеся разработки и реализации долгосрочной финансовой политики предприятия; формирования целей и задач стратегии финансового менеджмента; применения современных приемов и методов анализа и прогнозирования финансовых показателей деятельности организации; разработки долгосрочных финансовых планов; оценки уровня риска и доходности финансовых и инвестиционных проектов; формирования рациональной структуры капитала предприятия. Представленный материал преломляет знания в области финансов в разрезе мероприятий по их формированию и использованию для достижения целей организации на длительный период.

В условиях современной быстро меняющейся экономической конъюнктуры студентам многих экономических направлений подготовки необходимы знания в области современных теорий структуры капитала, формирования целевой структуры капитала, анализа факторов, влияющих на структуру капитала; теоретических знаний и практических навыков определения цены капитала предприятия, особенностей определения цены собственного и заемного капитала, критериев выбора источников финансирования, современных новаций в области долгосрочного финансирования с учетом допустимого уровня риска, принятия решений об изменении собственного капитала, управления заемным капиталом; знаний в области фундаментальных проблем реализации стратегии финансового менеджмента, инвестиционной политики, анализа финансовых проектов, риска инвестиционных проектов и его оценки, управления портфелем финансовых инструментов, включая разработку и использование математических моделей и пакетов прикладных программ; сведений о методологии использования перспективных методов финансового анализа и планирования для оценки финансового состояния предприятия, управления финансами предприятия, текущего и перспективного планирования и прогнозирования деятельности предприятия; теоретических представлений и практических навыков по формированию дивидендной политики предприятия, распределению прибыли, соблюдению законодательства Российской Федерации в области выплаты доходов предприятия его владельцам.

Таким образом, примечательным является системное представление авторами широкого спектра теоретических и практических знаний в области производственного менеджмента и финансов на стыке наук.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта к изучению данной дисциплины студентами экономических направлений подготовки и может представлять интерес для практических работников и специалистов в сфере управления.

При разработке учебного пособия учитывалось возможное последующее углубленное изучение отдельных его разделов в рамках других дисциплин. Такой подход позволяет исключить дублирование предлагаемых материалов и сконцентрировать внимание на изучении наиболее важных аспектов финансовой политики организации.

Учебное пособие «Финансовая политика организации: теория и практика» предназначается для студентов и преподавателей экономических вузов и специальностей, слушателей школ бизнеса, предпринимателей, специалистов финансовых служб организаций.

## ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА (учебник)

Шаталова Т.Н., Жирнова Т.В.

САГМУ, Самара, e-mail: vica3@yandex.ru

Практическая значимость учебника обусловлена необходимостью формирования комплекса учебной и учебно-методической документации, необходимой для качественной реализации требований федеральных образовательных стандартов последнего поколения. В учебнике раскрывается специфика менеджмента российских предприятий и организаций в динамично трансформирующихся экономических условиях.

Оригинальность разработки: В учебнике материал излагается концептуально в компаративистском ключе. На основе осмысления крупных перемен, происходящих в России в сфере экономических отношений, сделаны обобщения, которые помогут в решении проблем становления и развития правовой и научной базы, механизмов, культуры и практики управления.

**Актуальность разработки учебника по основам менеджмента** обусловлена динамично развивающимися трансформационными процессами в экономическом поле Российской Федерации, в том числе, в условиях виртуализации отечественной экономической науки

В этом аспекте важно сформировать у будущего специалиста комплекс знаний об истоках, месте и роли менеджмента в системе управления предприятием, что подчеркивает актуальность разработки данного учебника с целью формирования у будущего специалиста комплексного представления об эффективных моделях менеджмента с учётом экономических, правовых, культурных особенностей нашего государства.

Методический уровень: учебник написан на высоком методическом уровне, текст представляет собой дидактически и методически обработанный и систематизированный авторами материал, соответствующий ООП.

Основной текст учебника сконструирован так, чтобы привить бакалавру умения: проводить научный анализ; делать выводы и применять научно обоснованные решения в условиях неопределенности; видеть перспективы развития научных исследований в области изучения основ менеджмента; пользоваться современной научной информацией, перерабатывать и использовать ее при решении практических задач.

Текст учебника обеспечивает полное раскрытие вопросов программы учебной дисциплины «Основы менеджмента». Текст доступен для успешного усвоения бакалаврами, способствует мотивации учения, формированию умений и навыков, а также творческих способностей будущих экономистов.

В учебнике обеспечена преемственность знаний, полученных при изучении предшеству-