

Аннотация дисциплины «Маркетинговый контроллинг»

Цель дисциплины – подготовка студентов 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.

Краткое содержание дисциплины:

Теоретические основы организации системы контроллинга. Информационная поддержка контроллинга. Стратегический контроллинг.

Особенности оперативного контроллинга. Управленческий учет как основа контроллинга. Роль службы контроллинга в организационной структуре управления предприятием в рыночных условиях. Контроллинг маркетинга. Организация маркетинг-контроллинга на предприятиях.

