

## 2. Краткий отчет о практике

Учебная практика была пройдена в ООО «СтройПром».

Строительный рынок - одна из наиболее перспективных и развивающихся отраслей хозяйственного комплекса нашей страны. Это обуславливает все более строгие требования к подрядчику: скорость выполнения работ, качество, использование передовых технологий. ООО «СтройПром» производит все виды общестроительных работ, включая монолитные. При этом компания всегда идет в ногу со временем, стремясь отвечать современным требованиям строительства.

Размер уставного капитала 10000 руб.

За годы своего существования на рынке строительных услуг организация выполнила не один десяток заказов различной сложности, от проектирования до сдачи готовых объектов в эксплуатацию, накопив огромный опыт. Имея штат сотрудников, укомплектованный опытными инженерами, прорабами и рабочими, ООО «СтройПром» уделяет особое внимание усовершенствованию их профессиональных навыков, обучению передовым методам строительства. И самые интересные новинки современных технологий применяются в работе.

Виды выполняемых ООО «СтройПром» работ:

- строительство жилых домов, офисов, производственных объектов, складов;
- косметический и капитальный ремонт помещений;
- реконструкция и перепрофилирование зданий;
- прокладка и монтаж инженерных сетей как внутри, так и снаружи помещения (электричество, освещение, вентиляция, отопление, водопровод, канализация);
- кровельные работы;
- ремонт и реставрация фасадов зданий;
- весь комплекс работ по благоустройству территории.

ООО «СтройПром» имеет все необходимое техническое оборудование для выполнения строительных работ различной сложности. В арсенале компании есть специализированная строительная техника, что позволяет сократить сроки выполнения работ, а также существенно снижает расходы на реализацию проектов.

Опыт работы ООО «СтройПром» - более 15 лет на строительном рынке Москвы и Московской области. Отремонтировано и построено свыше 100 000 квадратных метров. При этом были использованы, в том числе, нестандартные методы, новейшие материалы и нестандартные элементы отделки.

В списке выполненных работ:

- жилые частные дома и коттеджные поселки (с внедрением современных инженерных технологий «умный дом»);
- промышленные здания;
- торговые и технические центры;
- памятники архитектуры;
- 3 дома отдыха, банк и 2 гостиничных комплекса;
- клиники, больницы, объекты культуры и спорта;
- демонтаж и утилизация щитовых рекламных конструкций;
- благоустройство территорий парковых зон и набережных.

Общество в установленном законом порядке осуществляет следующие виды деятельности:

41.20 Строительство жилых и нежилых зданий

42.21 Строительство инженерных коммуникаций для водоснабжения и водоотведения, газоснабжения

42.22.2 Строительство местных линий электропередачи и связи

43.11 Разборка и снос зданий

43.12.3 Производство земляных работ

43.13 Разведочное бурение

43.21 Производство электромонтажных работ

43.22 Производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха

43.29 Производство прочих строительного-монтажных работ

43.31 Производство штукатурных работ

43.32 Работы столярные и плотничные

43.33 Работы по устройству покрытий полов и облицовке стен

43.34 Производство малярных и стекольных работ

43.39 Производство прочих отделочных и завершающих работ

43.91 Производство кровельных работ

43.99 Работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки

43.99.1 Работы гидроизоляционные

43.99.7 Работы по сборке и монтажу сборных конструкций

71.11 Деятельность в области архитектуры

71.11.1 Деятельность в области архитектуры, связанная со зданиями и сооружениями

71.12.45 Инженерные изыскания в строительстве

Тендерный отдел - эффективный инструмент тендерных продаж и особенно в условиях нестабильной экономической ситуации. Кроме того, любая компания, рано или поздно сталкивается с необходимостью расширения возможностей для сбыта своей продукции / услуг. Эффективным инструментом для расширения каналов сбыта является развитие тендерного направления. Участие в тендерах и в случае победы заключение контрактов с государственными и коммерческими поставщиками.

Особенно актуально развитие тендерного направления и тендерного отдела в частности в период кризиса, когда коммерческие компании значительно сокращают свои бюджеты или вовсе отказываются от заключения контрактов по ряду не жизненно важных направлений. Государство даже в период кризиса закупает и будет закупать работы, товары, услуги необходимые

для нормального функционирования всей страны. Кроме того, государство является надежным клиентом, который платит по счетам.

Стратегические задачи тендерного отдела, которые стоит выделить особо это:

- обеспечение участия компании в тендерах
- участие в создании и поддержание имиджа компании
- привлечение новых контрактов через систему тендеров и привлечение новых клиентов, а также удержание / возвращение старых клиентов (рисунок 1).

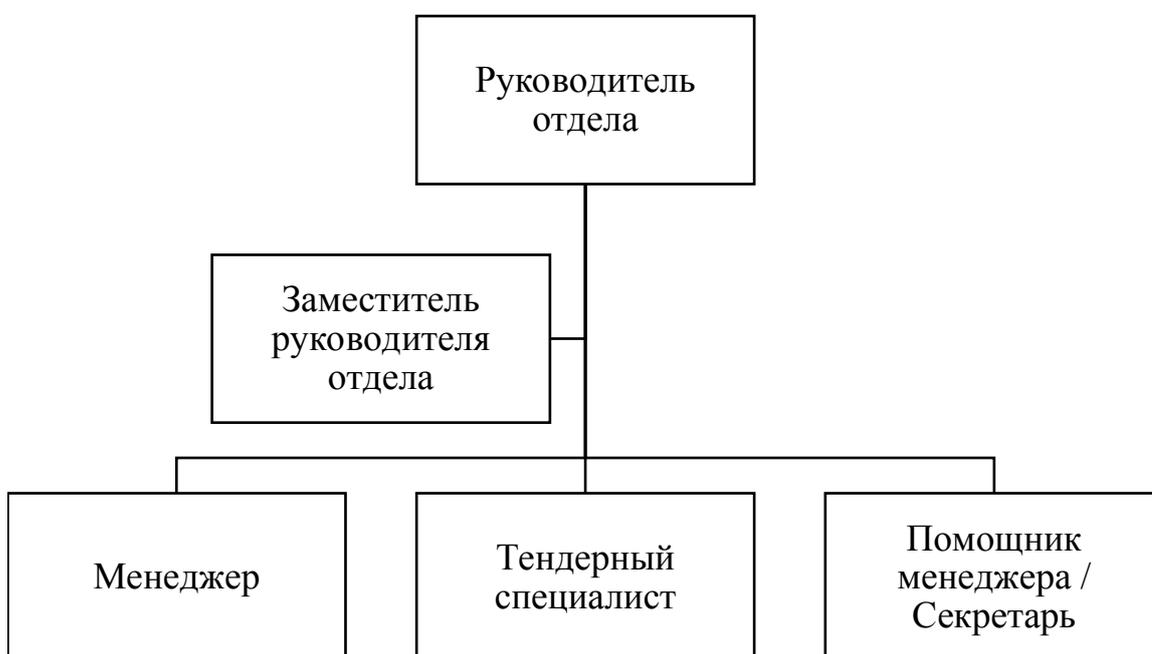


Рисунок 1. Типовая организационная структура тендерного отдела

1. Проводит мониторинг объявлений о торгах в различных источниках.
2. Согласует участие в торгах с директором Компании или руководителями отделов, исходя из специфики деятельности подразделений.
3. Анализирует участие в торгах конкурентов и представляет информацию руководству отделов, необходимую для формирования финансовых предложений.
4. Совместно с юридическим отделом принимает участие в составлении запросов на разъяснение закупочной документации;

5. Отвечает на текущие вопросы по подготовке документации для участия в торгах представителям подразделений и организаторам тендера.

6. Планирует деятельность сотрудников отдела.

7. Контролирует подготовку предложений (финансовых и технических) по тендерам, смет и графиков выполнения работ специалистами Компании и определяет сроки предоставления документации специалистами Компании, назначенными руководителями подразделений, в тендерный отдел;

8. Контролирует подготовку пакетов документов на тендеры сотрудниками отдела.

9. Участвует в заполнении форм документов, в соответствии с закупочной документацией;

10. Готовит пакет документов по стратегически важным торгам в соответствии с требованиями закупочной документации.

11. Контролирует отправку документов на тендеры;

12. Составляет отчетную документацию и предоставляет ее директору компании.

13. В случае победы в торгах предоставляет необходимую информацию для заключения договора сотрудникам Компании. Ответственность за изменения в календарных планах, технических предложениях и др., необходимых для заключения договора, возлагается на специалистов подразделений, выигравших торги.

14. Информировывает юридический отдел о необходимости оформления банковских гарантий и о сроках предоставления документов.

15. Предоставляет сведения в бухгалтерию, необходимую для оплаты обеспечений заявок на участие в тендерах и информацию о сроках предоставления платежных поручений в тендерный отдел.

16. Отслеживает изменения в Законодательстве, правовой базе по подготовке тендерной документации, проведении государственных закупок и знакомит сотрудников отдела с этой информацией.

17. Руководит деятельностью подчиненных, принимает меры по соблюдению ими правил внутреннего трудового распорядка.

18. Представляет предложения о поощрении или наложении взысканий на сотрудников отдела, содействует повышению их квалификации.

Тендерный специалист:

1. Участвует в проведении мониторинга объявлений о торгах в различных источниках

2. Отвечает на текущие вопросы по подготовке документации для участия в торгах представителям подразделений и организаторам тендера.

3. Готовит пакет документов в соответствии с требованиями тендерной документации:

- оформляет предложения (финансовые и технические), предоставленные специалистами подразделений в соответствии со стандартами документации;

- запрашивает в бухгалтерии финансовые данные и документы по Компании;

- запрашивает (в зависимости от требований закупочной документации) справки в различных государственных структурах в рамках подготовки документов по тендеру в зоне своей ответственности;

- по поручению руководителя отдела заполняет формы документов в соответствии с закупочной документацией;

- по поручению руководителя отдела осуществляет сбор документов (учредительных документов, лицензий, дипломов, аттестатов специалистов, копий договоров, актов и др.)

- сканирует, ксерокопирует документы, необходимые для подготовки заявки на тендер.

- организует нотариальное заверение документов, необходимых для подготовки пакета документов на тендер

4. Тендерный специалист формирует пакет документов, входящих в тендерную заявку в порядке, определенном организатором закупки и в соответствии с требованиями к документации.

5. Организует отправку документов на тендеры и контролирует получение их Заказчиками;

6. В случае производственной необходимости выполняет курьерские функции.

7. Структурирует информацию о торгах на электронных и бумажных носителях.

8. По поручению руководителя отдела составляет письма, запросы, другие документы.

9. Готовит ответы на письма и запросы в сфере своей компетенции

10. Выполняет поручения руководителя отдела в сфере своей компетенции.

С точки зрения структурного построения тендерная работа представляет собой систему последовательных действий, направленных на удовлетворение определенных заранее требований и потребностей Компании, включая ограничения по срокам, стоимости, ресурсам с учетом характера и специфики работ по конкретной услуге.

Основные этапы процесса:

- Мониторинг объявлений о торгах в различных источниках.
- Согласование с руководителями Компании, руководителями департаментов участия в торгах в соответствии с политикой Компании и спецификой деятельности подразделений.
- Планирование подготовки документации для участия в торгах в соответствии со сроками подачи документов.
- Формирование пакета документации в соответствии с требованиями и в порядке, определенном организаторами торгов.
- Проверка документации на соответствие требованиям.
- Корректировка документации, в случае необходимости.

- Проверка внесения корректив до отправки документации.
- Подготовка пакета к отправке и отправка документации.
- Контроль отправки документации организаторам торгов.
- Контроль результатов участия в торгах.
- Доведение информации о результатах торгов до заинтересованных лиц внутри компании.

Представим основные производственные показатели исследуемого предприятия ООО «СтройПром» в таблице 1. Далее проведем факторный анализ с помощью следующих основных методов – методов – относительных разниц, абсолютных разниц, цепного, индексного, интегрального, структурных сдвигов, метода абсолютных и относительных величин.

Таблица 1

Основные показатели деятельности ООО «СтройПром»

Показатель	2019 г	2020	Абсолютное изменение (D), ±	Темп роста (ТР), %	Темп прироста (ТПР), %
1. Продажа продукции в натуральном выражении (V), тыс. шт.:					
продукции кровельный материал	1108	1230	122	111	+11
асбестовые трубы	1408	1400	-8	99,4	-0,6
спецперекрытия	1730	1725	-5	99,7	-0,3
прочая	1520	1480 <	-40	97,4	-0,6
2. Оптовая цена предприятия за 1 шт изделия (Ц), руб.					
продукции кровельный материал	58	52	-6	89,7	-10,3
асбестовые трубы	65	70	+5	107,7	+7,7
спецперекрытия	48	50	+2	104,2	+4,2
прочая	75	80	+5	106,7	+6,7
3. Среднесписочная численность промышленно-производственного персонала (ч), чел.	150	154	+4	102,7	+2,7
4. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов (ОФ), тыс. руб.	13281 9	137965	+5146	102,8	+2,8
5. Материальные затраты (МЗ), тыс. руб.	23521 6	271563,4	+36347,4	115,5	+15,5
6. Рентабельность продукции,	5	8	+3	160	+60

принятая при расчете, %					
-------------------------	--	--	--	--	--

На исследуемом предприятии наблюдается рост рентабельности продукции, что является положительным признаком. Наблюдается незначительный рост объемов производства при значительном росте материальных затрат (15,5%), что может служить отрицательным фактором. В натуральном выражении наблюдается продажа и продажи продукции кровельного материала на 122 тыс.шт. или 111%. Продажа асбестовых труб., спецперекрытий и прочей продукции в натуральном выражении снизился соответственно на -8, -5, -40 тыс.шт. Оптовая цена предприятия за единицу изделия снизилась только на продукцию кровельный материал на 6 руб., а по всей остальной продукции наблюдается рост цен стоимости единицы асбестовых труб. вырос на 5 руб., стоимости единицы спецперекрытий на 2 руб., стоимости единицы прочей продукции на 5 руб. Среднесписочная численность промышленно-производственного персонал увеличилась на 4 чел. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов увеличилась на 5146 тыс. руб. Материальные затраты на предприятии увеличились на 271563,4 тыс. руб. (115,5%).

На основе данных о продаже продукции в натуральном выражении и оптовых ценах, приведенных в таблице 2, рассчитываем объем продаж продукции в денежном выражении (товарную продукцию) по формуле:

$$ТП = V * Ц,$$

где ТП – объем товарной продукции, тыс. руб.;

V – объем продаж в натуральном выражении, тыс. шт.;

Ц – оптовая цена предприятия за 1 шт. руб.

Расчет оформляем в виде таблице 2. Причем в графах 3 и 6 по строке «ИТОГО» показывается цена как средняя арифметическая взвешенная. Из данной таблицы видно, как общий объем товарной продукции в 2019 г. составлял 5766 тыс. шт., средневзвешенная цена на продукцию составила 61,98127 руб., а товарный продажа продукции равен 357384 тыс. руб. В 2020 г.

общая выручка составила 5835 тыс. руб., а средневзвешенная цена на продукцию составила 62,82948 тыс. руб., а в ценах в 2019 г. средневзвешенная цена равна 61,79606 руб.

Таблица 2

Расчет объема товарной продукции ООО «СтройПром»

Вид продукции	2019 г			2020 г			Отчет по ценам 2019 г		
	V <sub>0</sub> тыс. шт	Ц <sub>0</sub> за 1 шт, руб.	ТП <sub>0</sub> , тыс. руб.	V <sub>1</sub> тыс. шт	Ц <sub>1</sub> за 1 шт, руб.	ТП <sub>1</sub> , тыс. руб.	V <sub>1</sub> тыс. шт	Ц <sub>0</sub> за 1 шт, руб.	ТП <sub>усл.</sub> , тыс. руб.
кровельный материал	1108	58	64264	1230	52	63960	1230	58	71340
асбестовые трубы	1408	65	91520	1400	70	98000	1400	65	91000
спецперекрытия	1730	48	83040	1725	50	86250	1725	48	82800
прочая	1520	78	118560	1480	80	118400	1480	78	115440
ИТОГО	5766	61,98	357384	5835	62,82	366610	5835	61,796	360580

Выручка от продажи продукции в 2020 г. была равна 366610 тыс. руб., а в ценах 2019 г. выручка от продажи составила 360580 тыс. руб.

Проведем сравнительный горизонтальный анализ продаж продукции по каждому виду изделия и в сумме по всем видам изделий: определяют абсолютное изменение, темп роста и темп прироста. Расчет оформляем в виде таблицы 3.

Таблица 3

Сравнительный горизонтальный анализ объема товарной продукции ООО «СтройПром»

Вид изделия	Объем товарной продукции, тыс. руб.		Абсолютное изменение, тыс. руб.	Темп роста (ТР), %	Темп прироста (ТПР), %
	2019	2020 г.			
кровельный материал	64264	63960	-304	99,5	-0,5
асбестовые трубы	91520	98000	6480	107,1	+7,1
спецперекрытия	83040	86250	3210	103,9	3,9
прочая	118560	118400	-160	99,9	-0,1
ИТОГО	357384	366610			

Таким образом, наблюдается снижения выручки от продажи кровельного материала на 304 тыс. руб. или 99,5%. Продажа и продажа асбестовых труб увеличилась на 6480 тыс. руб. (107,1%). Выручка от продажи спецперекрытий увеличилась на 3210 тыс. руб. (103,9%), которая достигла 86250 тыс. руб. Выручка от продажи прочей продукции уменьшилась на 160 тыс. руб. (99,9%).

Вертикальный сравнительный анализ (структурный анализ) проводим как по продаже в натуральном выражении, так и по продаже в денежном выражении. Расчеты оформляем в таблице 4 и 5.

Таблица 4

Структурный анализ по продаже продукции в натуральном выражении ООО  
«СтройПром»

Вид изделия	Продажа продукции, тыс. шт. 2019 г.	Удель. вес, %	Продажа продукции, тыс. шт. 2020г.	Удель. вес, %	Абсолютное изменение в структуре
кровельный материал	1108	19,2	1230	21,1	+1,9
асбестовые трубы	1408	24,4	1400	24,0	-0,4
спецперекрытия	1730	30,0	1725	29,6	-0,4
прочая	1520	26,4	1480	25,3	-1,1
Итого	5766	100	5835	100	-

Как видим, в общей структуре продукции в 2019 г. значительную долю занимает продажа и продажа спецперекрытий в размере 30%, удельный вес асбестовых труб в размере 24,4%, удельный вес прочей продукции составлял 26,4%. Удельный вес кровельного материала составлял 19,2%. В 2020 г. произошли незначительные структурные изменения в удельном весе продаваемой продукции. На 1,9% увеличился удельный вес продаж кровельного материала на 1,9%, а удельный вес продаж асбестовых труб. и спецперекрытий уменьшился на 0,4%, а доля прочей продукции снизилась на 1,1%. Таким образом, удельный вес кровельного материала в 2020 г. составил 21,1%, асбестовых труб. 24,0%, спецперекрытий на 29,6%, прочая продукция 25,3%.

Структурный анализ по продаже продукции в денежном выражении ООО  
«СтройПром»

Вид изделия	Выручка от продажи продукции, 2019 г.	Удель. вес, %	Выручка от продажи продукции, 2020 г.	Удель. вес, %	Абсолютное изменение в структуре
кровельный материал	64264	18,0	63960	17,4	-0,6
асбестовые трубы	91520	25,6	98000	26,7	+1,1
спецперекрытия	83040	23,2	86250	23,5	+0,3
прочая	118560	33,2	118400	32,4	-0,8
ИТОГО	357384	100	366610	100	

Таким образом, в денежном выражении в 2019 г. наибольший удельный вес занимает объем продаж прочей продукции, а наименьший удельный вес занимает выручка от продажи кровельного материала – всего 18%. Удельный вес продаж асбестовых труб составлял 25,6%, продаж спецперекрытий 23,2%. В 2020 г. наблюдается структурные изменения продаж продаваемой продукции в денежном выражении. Так удельный вес объем продаж кровельного материала уменьшился на 0,6%, достигнув 17,4%, а удельный вес продаж асбестовых труб увеличилось на 11,1% и равно 26,7%. Увеличился удельный вес продаж спецперекрытий на 0,3% и, составив 23,5%, прочей продукции снизился незначительно на 0,8% и равен 32,4%.

Представим рекомендации по совершенствованию системы продаж в социальных медиа. У ООО «СтройПром» есть профили на сайтах «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter» и «Instagram».

Анализ практики совершенствования системы продаж ООО «СтройПром» обнаружил, что данная организация представляет собой наиболее яркий и успешный пример совершенствования системы продаж в социальных медиа. Проект присутствует на нескольких платформах и при этом занимается

исправным и постоянным обновлением профилей, используя разные подходы и практически исключая дублирование сообщений с других своих страниц.

Многочисленную аудиторию «СтройПром» на странице «ВКонтакте», в основном, представляют люди в возрасте от 23 до 28 лет, состоящие в браке и, вероятно, являющиеся родителями (главное в жизни для них – семья и дети). Можно предположить, что преобладание такой аудитории исходит из деятельности ООО «СтройПром». Ввиду этого можно считать, что здесь также успешно достигают своей целевой группы. Мы также можем увидеть, что среди подписчиков достаточное количество людей из других российских городов, что свидетельствует о хорошем освещении проекта и широкому интересу публики.

Следует отметить, что администраторы страницы «ВКонтакте» подходят к ее ведению творчески и оригинально, предлагая подписчикам не только анонсы и афиши мероприятий, но также развлекательный и познавательный контент. Более того, записи оформлены по всем правилам, привлекают внимание и позволяют удерживать интерес к странице. Записи состоят из небольшого текста, иллюстраций, фотографий и, часто, аудиозаписей. Подписчики страницы часто одобряют контент, и это видно по среднему количеству отметок «Мне нравится» (100 шт.), а также с удовольствием устраивают дискуссии. В то же время, негативные комментарии в ответах отсутствуют, чаще всего пользователи выражают позитивные мнения об организации или оставляют нейтральные отзывы.

Профиль на сайте «Facebook», как можно было предвидеть, дублирует новости «СтройПром» с сайта «ВКонтакте». Иными словами, профиль на «Facebook» является в некоторой степени индивидуальным и не представляет собой лишь собрание тех же сообщений, что размещены на странице «СтройПром» на сайте «ВКонтакте». Конечно, к подобному решению организацию могло подтолкнуть наличие иностранной аудитории, и все же подобное начинание нельзя не оценить по достоинству.

Профиль ООО «СтройПром» на сайте «Twitter» можно оценить положительно, так как он не представляет собой исключительно ленту записей

со ссылками на другие ресурсы. Здесь существует привязка лишь к профилю организации в «Instagram», поэтому твиты часто представляют собой ссылки на фотографии данной социальной сети. Однако остальные сообщения полностью адаптированы под микроблог, и в случае, когда необходимо сообщить ту или иную информацию, данный профиль не отсылает на страницу «ВКонтакте», а обновляется краткой новостью. Кроме того, этот аккаунт предоставляет актуальную информацию регулярно.

Большой интерес вызывает профиль проекта в «Instagram». Здесь можно увидеть отчеты с мероприятий, фотографии экспонатов музея, а также людей, которые сюда приходят. Часто фотографии не только носят самостоятельный характер, но и сопровождают анонсы или важную информацию, поэтому позволяют доставить сообщения большему количеству людей. Это может быть осуществимо потому, что некоторые пользователи, например, предпочитают не подписываться на профиль проекта «ВКонтакте», а следить за новостями в такой легкой форме, какую представляет «Instagram».

К традиционным средствам массовой информации (газетам, радио, телевидение) и привычным видам коммуникации (телефон, телеграф, почта) добавились новые СМИ (интернет-СМИ, мобильные СМИ) и новые виды коммуникации - блоги, мобильные телефоны и т.д. Конкуренция среди СМИ за внимание потребителя сильно выросла, а общее время, которое человек готов тратить на все эти виды информационного потребления, существенным образом не изменилось. При этом появились такие виды медиа-продуктов, которые человек имеет возможность потреблять в рабочее время, что вызывает все большее неудовольствие начальников. Время, отводимое под медиа-потребление, теперь расширилось в среднем на полчаса в день за счет того, что мы общаемся в социальных сетях на работе, читаем новости с мобильных устройств и скролим (просматриваем) информационные сайты с офисных компьютеров.

В условиях ограниченного досуга потребителя информации это время перераспределяется теперь в пользу индивидуальных и интерактивных СМИ

(не только из-за того, что они более наглядны, но и потому, что их потребление более индивидуально и дискретно - пользователь может потреблять их «на бегу»). Сегодня порядка 50% жителей крупных городов стали так называемыми сверхзвуковыми читателями, т.е. читают газеты крайне нерегулярно, не каждый день и очень выборочно. Несладко приходится и телевидению широкой направленности (универсальные каналы), которое постепенно уступает место нишевым, узким, специализированным, преимущественно кабельно-спутниковым каналам, да и то в нелинейном просмотре (т.е. не по телевизору, в конкретное время, отведенное данной программе, а в сети). Это связано с тем, что постепенно индивидуальная, активная интернет-модель потребления вытесняет модель «пассивного просмотра». Зритель становится пользователем, он больше ориентируется в информации и все больше знает, чего он точно хочет. Именно поэтому сегодня в мире падает потребление печатных СМИ, радио и телевидения широкой направленности и растет доля потребления интернет-СМИ, мобильных сервисов и «другого» телевидения. Медиаизмерители фиксируют падение доли всех федеральных телеканалов - теперь уже и тех, которые считались развлекательными и условно «молодежными». Уход читателей от традиционных версий газет провоцирует отток рекламодателей, а снижение доли каналов общей направленности провоцирует падение рейтингов и снижение доходов.

Сложность и многообразие социальной жизни обуславливает необходимость наличия механизмов для ее структурирования и регулирования, которые позволят успешно решать возникающие проблемы и привлекать все необходимые для этого ресурсы. Одним из таких механизмов является создание медиа-проектов.

Итак, на сегодняшний день трудно говорить о какой-либо устойчивой программе совершенствования системы продаж ООО «СтройПром» – создается впечатление, что большинство ведущих страницы организаций действуют без определенной схемы. Безусловно, креативные пространства представляют собой крайне интересный вид организации, которые помогают развитию

малого и среднего бизнеса, инициируемого молодежью. Кроме того, на данных площадках регулярно проводятся различные мероприятия, спектр которых необычайно широк: это кинопоказы, выставки, открытые лекции, круглые столы, мастер-классы, фестивали, показы мод и многое другое. На основании изучения медиа-проектирования, мы можем сделать ряд общих выводов и отметить частые ошибки.

Прежде всего, хочется указать на то, что владельцам и менеджерам следует внимательно изучать свою аудиторию. Понимание аудитории представляется довольно размытым, поэтому необходимо постоянно наблюдать за тем, кто подписывается на страницы в социальных сетях и что из этого можно вынести. Более детальное изучение своей публики может поспособствовать более упорядоченным действиям в Совершенствования системы продаж. Например, можно увеличить прирост аудитории за счет осведомленности о ее психографических характеристиках. Сообщать о том, что может быть интересно аудитории.

Маркетинговая задача продавца недвижимости ничем не отличается от алгоритма любой другой маркетинговой кампании. Необходимо определить, каким видит объект потенциальный покупатель и постараться максимально точно реализовать это видение в проекте. Безусловно, поле для творчества огромно, идей и алгоритмов решения проблем великое множество, но требуется определить именно тот вариант, который приведет к гарантированному успеху и увеличит количество продаж.

Ситуация на рынке недвижимости способствует совершенствованию маркетинга и заставляет строителей, девелоперов, риэлторов быть все более изобретательными в методах реализации своих проектов. Любая компания, функционирующая на рынке недвижимости, активно старается переманить покупателей у своих конкурентов, используя новейшие рекламные технологии и новые подходы в решении даже самых простых задач. Конкуренция требует не только максимальной оптимизации размещения рекламы недвижимости, но

и создания все более креативных идей, эффективнее воздействующих на целевую аудиторию.

Исходя из всего, что было сказано выше, мы можем составить представление о том, как должна выглядеть стратегия совершенствования системы продаж ООО «СтройПром».

Необходимо начать с создания профилей в социальных сетях. Для этого нужно четко представлять, кем является тот, кому будут адресованы сообщения. Следовательно, необходимо завести профиль в каждой из этих сетей.

Единство должно соблюдаться и в тематиках публикаций. Лучше всего, если у каждого профиля будет своя рубрикация – определенные темы и формы сообщений. Во-первых, это удобно самим менеджерам, так как у них есть готовое направление для части контента, во-вторых, это удобно пользователям.

Для всех профилей также является важным использование геолокации и хэштегов. Хэштеги помогают пользователям найти новости пространства намеренно или случайно. Посетители площадки могут взять пример с официальной страницы организации и добавить хэштег к своим записям или фотографиям, что может привлечь новых подписчиков – потенциальных посетителей. Примерно так же действует размещение геотега – отметки о том, где была размещена запись или сделана фотография. Это особенно популярно в сети «Instagram». Получается, что снимок практически озаглавлен названием медиа-проектирования, а другие пользователи могут перейти по нему и найти множество остальных кадров или узнать, где находится здание.

Главное, не упускать из виду свою потенциальную аудиторию и существующих подписчиков. Необходимо тонко чувствовать смены интересов, периодически проводить анализ своей деятельности, чтобы своевременно менять курс и отвечать новым предпочтениям.

### **Аннотированный список литературы**

1. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; ответственный редактор А. З. Бобылева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 547 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10101-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451910> (дата обращения: 17.03.2021).

Учебник концентрирует внимание читателя на взаимосвязи стратегического и финансового менеджмента, показывает эволюцию функций финансовой службы компании в соответствии с концепцией управления ценностью (VBM). Он раскрывает суть составляющих финансового менеджмента в бизнес-сфере, соединяет современную теорию и практику, учит решать финансовые управленческие вопросы, опираясь на накопленный мировой и отечественный опыт, используя знания, интуицию и здравый смысл. Он должен помочь читателю в полной мере овладеть искусством финансового управления. Учебник состоит из двух частей. В первой части рассматриваются такие вопросы, как системный подход к анализу в рамках концепции управления ценностью, финансовое планирование и разработка бюджета организации, управление оборотным капиталом и др.

2. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Погодина. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 351 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-00680-3. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469654> (дата обращения: 17.03.2021).

Исследованы вопросы, связанные с организацией финансового менеджмента в компании. Курс состоит из двух разделов: первый раскрывает концептуальные основы финансового менеджмента; во втором представлено управление финансовыми ресурсами и рисками. Рассмотрен материал, посвященный финансовому анализу, планированию и контролю. Исследован финансовый менеджмент в управлении корпоративной стратегией. Уделено внимание управлению активами, денежными потоками, капиталом, оценкой стоимости компании, а также анализу инвестиционных процессов и

управлению финансовыми рисками. Изложено антикризисное финансовое управление и управление финансовой безопасностью.

3. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования Часть 2 / Т. В. Погодина. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 351 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-00680-3. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469654> (дата обращения: 17.03.2021).

Исследованы вопросы, связанные с организацией финансового менеджмента в компании. Курс состоит из двух разделов: первый раскрывает концептуальные основы финансового менеджмента; во втором представлено управление финансовыми ресурсами и рисками. Рассмотрен материал, посвященный финансовому анализу, планированию и контролю. Исследован финансовый менеджмент в управлении корпоративной стратегией. Уделено внимание управлению активами, денежными потоками, капиталом, оценкой стоимости компании, а также анализу инвестиционных процессов и управлению финансовыми рисками. Изложено антикризисное финансовое управление и управление финансовой безопасностью.

4. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции: учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 377 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-03726-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450000> (дата обращения: 17.03.2021).

Курс, выдержавший несколько переизданий, содержит систематизированное изложение теоретических концепций финансового менеджмента, его методов и моделей, а также различных аспектов их практического применения в процессе принятия решений в сфере управления фирмой. Детально и на доступном уровне раскрываются методы финансового анализа и планирования, оценки активов и инвестиционных проектов, принятия решений в условиях риска, формирования структуры капитала, разработки

дивидендной политики и др. Основное внимание уделяется долгосрочным финансовым решениям, оказывающим непосредственное влияние на реализацию генеральной стратегии предприятия. Курс будет полезен для бакалавров и магистрантов, слушателей программ MBA, аспирантов и преподавателей экономических вузов, практических специалистов, руководителей коммерческих фирм, деловых людей.

5. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 304 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-03727-2. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453854> (дата обращения: 17.03.2021).

Курс, выдержавший несколько переизданий, содержит систематизированное изложение теоретических концепций финансового менеджмента, его методов и моделей, а также различных аспектов их практического применения в процессе принятия решений в сфере управления фирмой. Детально и на доступном уровне раскрываются методы финансового анализа и планирования, оценки активов и инвестиционных проектов, принятия решений в условиях риска, формирования структуры капитала, разработки дивидендной политики и др. Основное внимание уделяется долгосрочным финансовым решениям, оказывающим непосредственное влияние на реализацию генеральной стратегии предприятия.

6. Незамайкин, В. Н. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров / В. Н. Незамайкин, И. Л. Юрзинова. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 467 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3638-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425835> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике изложены основные аспекты финансового менеджмента. Издание поможет будущему специалисту сформировать системное представление об управлении финансами компании в современной экономике,

научиться выявлять истинные причины, подвигающие компанию к принятию того или иного финансового решения, и видеть скрытые причины действий финансовых менеджеров. В конце глав представлены вопросы и задания для самоконтроля.

7. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; ответственный редактор А. З. Бобылева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 547 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10101-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451910> (дата обращения: 17.03.2021).

Учебник концентрирует внимание читателя на взаимосвязи стратегического и финансового менеджмента, показывает эволюцию функций финансовой службы компании в соответствии с концепцией управления ценностью (VBM). Он раскрывает суть составляющих финансового менеджмента в бизнес-сфере, соединяет современную теорию и практику, учит решать финансовые управленческие вопросы, опираясь на накопленный мировой и отечественный опыт, используя знания, интуицию и здравый смысл. Он должен помочь читателю в полной мере овладеть искусством финансового управления. Учебник состоит из двух частей. В первой части рассматриваются такие вопросы, как системный подход к анализу в рамках концепции управления ценностью, финансовое планирование и разработка бюджета организации, управление оборотным капиталом и др.

8. Финансовый менеджмент: проблемы и решения в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / А. З. Бобылева [и др.] ; под редакцией А. З. Бобылевой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 328 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10159-1. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451911> (дата обращения: 17.03.2021).

Учебник концентрирует внимание читателя на взаимосвязи стратегического и финансового менеджмента, показывает эволюцию функций финансовой службы компании в соответствии с концепцией управления ценностью (VBM). Он раскрывает суть составляющих финансового

менеджмента в бизнес-сфере, соединяет современную теорию и практику, учит решать финансовые управленческие вопросы, опираясь на накопленный мировой и отечественный опыт, используя знания, интуицию и здравый смысл. Он должен помочь читателю в полной мере овладеть искусством финансового управления. Учебник состоит из двух частей. Вторая часть посвящена стратегическим инвестиционным и финансовым решениям, в ней раскрываются такие вопросы, как инвестиционная политика компании, выбор инвестиционных проектов, источники средств для долгосрочных инвестиций, способы финансирования, управление риском долгосрочных инвестиционных и финансовых решений, управление ростом компании и др.

9. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственный редактор Г. Б. Поляк. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 456 с. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-9916-4395-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/444149> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике представлено комплексное изложение основных направлений управления финансами предприятия. Особое внимание уделено теоретическим основам функционирования системы управления финансами предприятия: управлению основным и оборотным капиталом, денежными потоками, реальными инвестициями и инвестиционным портфелем, анализу финансовых показателей, используемых в финансовом менеджменте. Излагаются основы финансового планирования, анализа финансового состояния и антикризисного управления в организации, управления финансовыми рисками. Каждая глава включает контрольные вопросы и задания, которые помогут учащимся проверить степень усвоения изученного материала.

10. Екимова, К. В. Финансовый менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 381 с. - (Бакалавр. Прикладной курс). - ISBN 978-5-9916-3567-7. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/426175> (дата обращения: 17.03.2021).

Учебник демонстрирует наиболее актуальные и эффективные методы и инструменты финансового менеджмента. Он поможет освоить наиболее важные, ключевые проблемы и задачи, которые встают перед менеджментом компании в текущей экономической ситуации и при современных потребностях рынка. Материал учебника иллюстрирован схемами, графиками и таблицами, содержит большое количество примеров и упражнений на основные расчетные модели, используемые в финансовом менеджменте.

11. Афоничкин, А. И. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Методология: учебник и практикум для вузов / А. И. Афоничкин, Л. И. Журова, Д. Г. Михаленко ; под редакцией А. И. Афоничкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 217 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04394-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453505> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике изложены ключевые теоретические и практические аспекты финансового менеджмента, методика анализа и прогнозирования движения финансовых ресурсов. Особое внимание уделено теоретическим основам функционирования финансов организаций и финансовым показателям, используемым в финансовом менеджменте, финансовым методам управления текущей деятельностью и инвестициями организации, управлению финансовыми рисками, внутрифирменному финансовому планированию. Для улучшения усвоения учебного материала по отдельным темам учебника приводятся проблемные ситуации, формулируются задачи финансового менеджмента, рассматриваются эффективные подходы и методы решения типовых задач управления финансовой деятельностью экономических систем.

12. Афоничкин, А. И. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Финансовая политика предприятия: учебник и практикум для вузов / А. И. Афоничкин, Л. И. Журова, Д. Г. Михаленко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 297 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04396-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453989> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике изложены ключевые теоретические и практические аспекты финансового менеджмента, методика анализа и прогнозирования движения финансовых ресурсов. Особое внимание уделено теоретическим основам функционирования финансов организаций и финансовым показателям, используемым в финансовом менеджменте, финансовым методам управления текущей деятельностью и инвестициями организации, управлению финансовыми рисками, внутрифирменному финансовому планированию. Для улучшения усвоения учебного материала по отдельным темам учебника приводятся проблемные ситуации, формулируются задачи финансового менеджмента, рассматриваются эффективные подходы и методы решения типовых задач управления финансовой деятельностью экономических систем.

13. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 293 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10541-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/475817> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике раскрываются все стороны финансового менеджмента с позиций интересов предприятий туризма и гостиничного хозяйства. Рассмотрены особенности финансового планирования и бюджетирования, описана стратегия инвестиционной деятельности, приведены источники финансирования инвестиционных проектов и методы оценки эффективности, дана классификация факторов риска, влияющих на финансовое состояние предприятий туризма. Теоретический материал закрепляется на практических примерах из сферы туризма и гостеприимства, что позволяет более детально рассмотреть и решить встречающиеся в сфере финансов туристского бизнеса проблемы.

14. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для вузов / В. С. Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 293 с. - (Высшее образование). - ISBN

978-5-534-07413-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/471240> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике раскрываются все стороны финансового менеджмента с позиций интересов предприятий туризма и гостиничного хозяйства. Рассмотрены особенности финансового планирования и бюджетирования, описана стратегия инвестиционной деятельности, приведены источники финансирования инвестиционных проектов и методы оценки эффективности, дана классификация факторов риска, влияющих на финансовое состояние предприятий туризма. Теоретический материал закрепляется на практических примерах из сферы туризма и гостеприимства, что позволяет более детально рассмотреть и решить встречающиеся в сфере финансов туристского бизнеса проблемы.

15. Румянцева, Е. Е. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Румянцева. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 360 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00237-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469477> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике представлена теория и методология всех разделов финансового менеджмента. Методический комплекс содержит дискуссионные вопросы и кейсы, практические примеры и комплексные задачи как из российской, так и из зарубежной практики. Учебник базируется на книге доктора экономических наук, профессора Е. Е. Румянцевой - Новой экономической энциклопедии. Автор является инициатором развития различных научных направлений и учебных программ за 1990-2015 гг. Материалы учебника прошли апробацию во многих российских вузах, в том числе на программах повышения квалификации руководителей и специалистов компаний.

16. Екимова, К. В. Финансовый менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 381 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-03698-5. - Текст:

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/426409> (дата обращения: 17.03.2021).

Учебник демонстрирует наиболее актуальные и эффективные методы и инструменты финансового менеджмента. Он поможет освоить наиболее важные, ключевые проблемы и задачи, которые встают перед менеджментом компании в текущей экономической ситуации и при современных потребностях рынка. Материал учебника иллюстрирован схемами, графиками и таблицами, содержит большое количество примеров и упражнений на основные расчетные модели, используемые в финансовом менеджменте.

17. Лимитовский, М. А. Корпоративный финансовый менеджмент: учебно-практическое пособие / М. А. Лимитовский, В. П. Паламарчук, Е. Н. Лобанова ; ответственный редактор Е. Н. Лобанова. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 990 с. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-9916-3708-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425325> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике рассматриваются современные алгоритмы и технологии принятия финансовых и инвестиционных решений. Книга состоит из двух частей: первая посвящена теории и практике корпоративных финансов, вторая - насущным вопросам современного финансового менеджмента. Каждая глава (их всего двенадцать) подразделяется на два уровня сложности: один - базовый, а второй - продвинутый, в котором освещаются новейшие аспекты финансового менеджмента. В первой части комплексно представлены основы корпоративных финансов, в том числе агентская теория, теория финансовых рынков, базовые принципы корпоративных финансов, методология принятия инвестиционных и финансовых решений, а также концепция формирования ценностноориентированных управленческих решений. Вторая часть книги охватывает организационные и информационные основы стратегического финансового менеджмента, стратегическое управление рабочим капиталом, комплексную финансовую диагностику и матричный подход к разработке и экспертизе финансовых стратегий, основанный на концепции устойчивого

развития и парадигме ценности. Теоретический материал подкреплен многочисленными примерами, кейсами, гиперкейсами. В книге есть глоссарий и большое число приложений. Одно из приложений представляет собой Сборник задач по финансовому менеджменту. Для финансовых менеджеров, финансовых и исполнительных директоров, главных бухгалтеров и казначеев российских компаний, а также широкого круга руководителей и функциональных менеджеров. Книга может использоваться в качестве учебного пособия в магистерских программах соответствующего профиля, а также в программах MBA и EMBA, специализированных в области корпоративных и стратегических финансов.

18. Вяткин, В. Н. Финансовые решения в управлении бизнесом: учебно-практическое пособие / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Д. Д. Хэмптон. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 325 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-02299-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452273> (дата обращения: 17.03.2021).

В издании освещены основные вопросы финансового управления с позиций практики. Материал отличается простотой изложения, доступностью с точки зрения предпринимателя-нефинансиста. Принятые в международной практике экономические, финансовые и коммерческие категории адаптированы к современному состоянию и перспективам развития экономики России. В издании представлено много задач и конкретных ситуаций, увязанных с российскими реалиями. В результате обучения будущие специалисты будут понимать логику современного бизнеса и принимать решения, которые ведут к прибылям, но не к убыткам; к ровным доходам, но не к высоким рискам.

19. Шимко, П. Д. Международный финансовый менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Д. Шимко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 493 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3559-2. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/466299> (дата обращения: 17.03.2021).

В учебнике изложены базовые принципы, подходы и методы к управлению финансами российских компаний, осуществляющих международную экономическую деятельность в условиях современной мирохозяйственной системы. Цель курса состоит в формировании у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков об общих принципах и о специфике управления финансовыми потоками международных компаний, обеспечении максимальных темпов роста и стоимости международных компаний. Учебник содержит примеры, иллюстрирующие реальную практику принятия эффективных управленческих решений, а также практикум: вопросы для обсуждения, тесты, задачи для самостоятельного решения.

20. Сеницкая, Н. Я. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н. Я. Сеницкая. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 196 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-07778-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/470384> (дата обращения: 17.03.2021).

В курсе в сжатом виде представлена структура активов и капитала, рассмотрены методы эффективного управления имуществом и источниками финансирования предприятия, принципы формирования рациональной структуры пассивов и др.

21. Сеницкая, Н. Я. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н. Я. Сеницкая. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 196 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-07778-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/470384> (дата обращения: 17.03.2021).

В курсе в сжатом виде представлена структура активов и капитала, рассмотрены методы эффективного управления имуществом и источниками финансирования предприятия, принципы формирования рациональной структуры пассивов и др.

22. Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики. Теория и практика: учебник для вузов / М. А. Абрамова [и др.] ; под редакцией М. А. Абрамовой, Л. И. Гончаренко, Е. В. Маркиной. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 508 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-13530-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/464392> (дата обращения: 17.03.2021).

Данный курс является первым в России по базовой дисциплине профессионального цикла «Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики». Курс охватывает все разделы и темы указанной учебной дисциплины, в нем учтены современные теоретические концепции в области финансового и кредитно-денежного регулирования, тенденции в развитии методов регулирования как в России, так и за рубежом, принятые в последнее время нормативные акты, регулирующие деятельность институтов финансовой и денежно-кредитной сферы. Многие темы носят проблемный характер, что дает возможность магистрантам получить навыки научного исследования. Изложение проблемных вопросов сопровождается заданиями для самостоятельной работы, кейсами по темам дисциплины. Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Для студентов, обучающихся по направлению «Финансы и кредит» (уровень магистратуры), а также для слушателей дополнительного образования.

23. Гусева, И. А. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для вузов / И. А. Гусева. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 347 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00339-0. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450817> (дата обращения: 17.03.2021).

Это классический университетский курс нового поколения. Он нацелен на активизацию самостоятельной учебной, поисковой и исследовательской работы студентов. Формируя систему знаний о финансовых рынках и институтах, курс дает возможность студенту проявить творческий подход. Курс предназначен для студентов высших учебных заведений, обучающихся по

программам академического бакалавриата по направлениям «Экономика», «Менеджмент», также может быть интересен студентам прикладного бакалавриата, слушателям программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации, всем, кто интересуется проблемами финансового рынка.

24. Касимов, Ю. Ф. Финансовая математика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ю. Ф. Касимов. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 459 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3787-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/444143> (дата обращения: 17.03.2021).

В курсе детально описаны основные понятия и конструкции финансовой математики. Большое внимание уделено технике работы с финансовыми потоками. Пятое издание курса существенно переработано и дополнено новыми темами.

25. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. - Москва: Издательство Юрайт, 2021. - 148 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10187-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/475500> (дата обращения: 17.03.2021).

Необходимость финансирования закупочных процедур для обеспечения государственных нужд в условиях жесткого формирования бюджета делает как никогда актуальным данное пособие. В нем рассматривается процесс формирования и развития финансового механизма государственных (муниципальных) закупок в условиях действующей контрактной системы в Российской Федерации, исследуется зарубежный опыт организации общественных закупок и оценивается эффективность финансового механизма в системе государственного (муниципального) заказа. Большое внимание уделено изучению финансового механизма на стадиях планирования,

определения поставщиков, подрядчиков, исполнителей, при заключении контрактов и реализации уже заключенных контрактов.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Поташева, Г.А. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Г.А. Поташева. - М.: Инфра-М, 2019. - 288 с.
2. Стиллмен, Э. Head First Agile. Финансовый менеджмент / Э. Стиллмен. - СПб.: Питер, 2019. - 124 с.
3. Стиллмен, Э. Head First Agile. Финансовый менеджмент / Э. Стиллмен. - СПб.: Питер, 2020. - 464 с.
4. Стэнли, Э. Финансовый менеджмент / Э. Стэнли. - М.: Диалектика, 2020. - 288 с.
5. Тихомирова, О.Г. Финансовый менеджмент: практикум: Учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.

---

подпись ФИО студента