

Чайка Г., Проданова Н.А.

Развитие механизмов финансового контроля и аудита маркетинговых СРА платформ

Монография

Chaika G., Prodanova N.A.

Development of financial control and audit mechanisms for marketing CPA platforms

Monograph

Чайка Г., Проданова Н.А.

Развитие механизмов финансового контроля и аудита маркетинговых CPA платформ

Монография

2024

УДК 657.6: 339.138

ISBN 979-8-9889424-2-9

DOI 10.29013/DOFCAAMFCPAP.ChaykaG.ProdanovaN.A.82.2024

Рецензент

Дружиловская Татьяна Юрьевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры бухгалтерского учета Института экономики и предпринимательства, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Чайка Г., Проданова Н.А.

Ч-15 Развитие механизмов финансового контроля и аудита маркетинговых СРА платформ : Монография / Чайка Г., Проданова Н.А. – Urbana : Arrow Science & Technology, LLC – 2024. – 82 с.

Настоящая монография содержит результаты исследования авторов по вопросам формирования маркетинговых платформ по работе с блогерами, а также разработке информационно-методического и аналитического обеспечения финансового контроля и аудита таких платформ. Результаты монографии будут полезны широкому кругу читателей: магистрантам, аспирантам, научным сотрудникам, всем кто сталкивается с необходимостью реализации финансового контроля и маркетингового аудита.

Subscribe to print 30/09/2024. Format 60×84/16.
Offset Paper. Garniture Minion Pro. Pec. liter. 11.
Typeset in Arrow Science & Technology, LLC, USA.
Publishing by Arrow Science & Technology, LLC
805 Silver St., Urbana, IL 61801

ISBN 979-8-9889424-2-9

© Chayka G., Prodanova N.A., 2024.

© Arrow Science & Technology, LLC, Urbana, 2024.

Оглавление

Введение	4
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ	7
Глава 2. ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО- МЕТОДИЧЕСКОГО И АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ	11
Глава 3. ФОРМИРОВАНИЕ РИСК- ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА МАРКЕТИНГОВОЙ СРА ПЛАТФОРМЫ	20
Глава 4. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	29
Заключение	37
Список литературы	41
Приложения	52