

Чайка Г., Проданова Н.А.

**Актуальные вопросы
информационно-методического
и аналитического обеспечения
финансового контроля и аудита
маркетинговых платформ**

Монография

УДК 657.6: 339.138

ISBN 978-80-88612-38-4

DOI 10.29013/AVIMIAOFKIAMP.ChaykaG.ProdanovaN.A.100.2024

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 Актуальные вопросы информационно-методического и аналитического обеспечения финансового контроля и аудита маркетинговых платформ : Монография / Чайка Г., Проданова Н.А. – Прага : Premier Publishing – 2024. – 100 с.

В настоящей монографии представлены результаты разработанных авторами теоретических положений и практических рекомендаций по развитию информационно-методического и аналитического обеспечения финансового контроля и аудита маркетинговых платформ по работе с блогерами, ориентированного на унификацию организационного, нормативного, и экономического аспектов контроля, оценку специфических рисков и использование инновационных технологий.

Subscribe to print 08/08/2024. Format 60×84/16.

Offset Paper. Garinitura Minion Pro. Pec. liter. 11.

Typeset in Premier Publishing s.r.o. Praha, Czech Republic.

Printed by Premier Publishing s.r.o.

Praha 8 – Karlín, Lyčkovо nám. 508/7, PSČ 18600, Czech Republic

pub@ppublishing.org, ppublishing.org

ISBN 978-80-88612-38-4

© Chayka G., Prodanova N.A., 2024.

© Premier Publishing Praha, 2024.

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Теоретические аспекты финансового контроля и аудита в сфере маркетинговых платформ	9
1.1 Историко-логические этапы становления финансового контроля и аудита в сфере маркетинга	9
1.2 Методология осуществления финансового контроля и аудита в сфере маркетинга.	22
1.3 Особенности финансового контроля и ау- дита маркетинговых платформ: российский и зарубежный опыт	32
Глава 2. Формирование информационно-методического и аналитического обеспечения финансового контроля и аудита в сфере маркетинговых платформ	42
2.1 Маркетинговая CPA платформа как объект финансового контроля и аудита.	42
2.2 Формирование системы информационно- аналитического обеспечения финансового контроля и аудита деятельности CPA платформ	46
2.3 Обоснование и разработка методического инструментария финансового контроля и аудита CPA платформы	53
Заключение	69
Список литературы	71
Приложения	82