
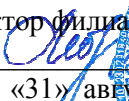


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего  
образования  
«Сочинский государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края

СОГЛАСОВАНО  
Зам. директора по УРиКО  
 Екимова В.В.  
«31» августа 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор филиала СГУ в г. Анапе  
 Леонова Е.В.  
«31» августа 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.11 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**

Шифр и направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Квалификация (степень выпускника) бакалавр

Профиль подготовки бакалавра «Финансы и кредит»

Форма обучения ЗФО

Выпускающая кафедра управления, экономики и социально-гуманитарных дисциплин


Кафедра-разработчик рабочей программы СКСиТ

Курс	Трудоем- кость (час/зет)	Лекци- он. заняти й, (час)	Практич занятий (час)	Лаборат. занятий (час)	СРС (час)	КР/ КП (час)	К (час)	Форма промежут. контроля (экз/зачет)
ЗФО								
5	108/3	4	6		94		+	Зачёт (4)
Итого:	108/3	4	6		94		+	Зачёт (4)

Анапа 2020 г.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль «Финансы и кредит» приказ № 1327 от 12.11.2015 г.

Рабочую программу составил:

Мазова Е.А., к.э.н., доцент кафедры СКСиТ 

Рецензент

Давлятов А.Д., директор ДО филиала ПАО КБ «Центр-инвест» в г. Анапа



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА**

на заседании кафедры управления, экономики и социально-гуманитарных дисциплин

Протокол № 1 от « 31 » 08 2020 г.

и.о. заведующий кафедрой

  
/подпись/

Пятибратова О.А./

/Ф.И.О./

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления подготовки 38.03.01 «Экономика»

Протокол № 1 от « 30 » 09 2020 г.

Председатель УМСН

  
/подпись/

Мусийчук С.В.

/Ф.И.О./

Структура рабочей программы соответствует предъявленным требованиям

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа актуализирована на 2022/2023 учебный год, протокол №1 заседания кафедры от «31 \_» августа 2022 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения:

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

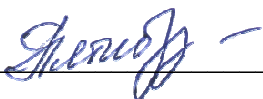
Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



/Пятибратова О.А./

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	5
3.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.1.	Тематический план дисциплины	6
4.2.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
4.3.	Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.	15
5.	УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	16
5.1.	Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины	16
5.2.	Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	17
5.3.	Образовательные технологии	19
5.4.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	20
5.5.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
	Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	24

### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Финансовый маркетинг» является формирование у студентов современных компетенций в области применения маркетинговых принципов и подходов на рынках финансовых услуг и в деятельности финансовых учреждений, и показать их возможности на обширном фактическом материале.

#### Задачи изучения дисциплины:

- приобретение системного представления о специфике маркетинга в финансовых организациях;
- формирование представления о финансах и финансовых продуктах как объекте управления;
- формирование четкого представления о маркетинге как о концепции управления финансовой организацией;
- изучение технологий и методов маркетингового планирования и продвижения финансовых продуктов;
- формирование умения использовать методы оценки информации, выявления проблем развития финансовых рынков и выбора оптимальных вариантов их решений.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Финансовый маркетинг» относится к вариативной части дисциплин основной образовательной программы и является обязательной при освоении ООП ВО по направлению подготовки бакалавра по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Финансы и кредит». В таблице приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование определенных компетенций:

Таблица 1

Межпредметные связи дисциплины

№ п/п	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины (шифр дисциплины в соответствии с местом в учебном плане)	Последующие дисциплины (группы дисциплин) (шифр дисциплины в соответствии с местом в учебном плане)
<b>Профессиональные компетенции</b>			
1	ПК -7	Микроэкономика Макроэкономика Статистика Мировая экономика и международные экономические отношения Международные инвестиции История финансов, денег и кредита России Актуальные проблемы финансов и кредита Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Научно-исследовательская работа

### 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код компетенции по ФГОС ВО	Содержание компетенции или ее части	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
<b>Профессиональные компетенции</b>				
ПК -7	Способностью, используя отечественные и зарубежные	- основные понятия, используемые для обзора в	- анализировать информационные источники (сайты, форумы,	- навыками организации сбора информации для

	источники информации, собирать необходимые данные, проанализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет	отечественной и зарубежной информации; - основные источники информации при подготовке аналитического отчета и информационного обзора; - структуру аналитического отчета и информационного обзора.	периодические издания); - анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию в отечественной и зарубежной прессе; - найти необходимые данные для составления аналитического отчета.	подготовки информационного обзора и аналитического отчета.
--	--	---	---	--

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Тематический план дисциплины

##### Количество часов по учебному плану

*заочная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Курс рассчитан на 10 часов аудиторных учебных занятий: 4 часа лекций и 6 часа семинарских занятий. Самостоятельная работа – 94 часов.

По завершению курса студенты выполняют контрольную работу, и сдают зачёт.

№ раздела, темы	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа обучающегося с преподавателем	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС	Всего часов
1	Понятия, сущность, теоретические основы финансового маркетинга	3	1	2	-	11	33
2	Структура рынка финансовых услуг					10	
3	Инструменты и механизмы финансового маркетинга					10	
4	Продуктовая линейка финансовой компании	3	1	2	-	10	35
5	Особенности спроса на финансовых рынках					10	
6	Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке					12	

7	Процесс продвижения финансового продукта					10	34
8	Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка	4	2	2	-	10	
9	Работа с действующими и привлечение новых клиентов					11	
	Контроль						4
<b>ИТОГО:</b>		<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>94</b>	<b>108</b>

#### 4.1.1. Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем часов	Краткое содержание занятия	Формируемые Компетенции (коды)	Ссылка на литературу
1	Понятия, сущность, теоретические основы финансового маркетинга	1	Предмет, цели и задачи учебной дисциплины. Понятие финансового маркетинга. Сущность отдельных средств (инструментов) финансового маркетинга: территориальный продукт, цена финансового продукта, локализация финансового продукты, продвижение финансового продукта. Маркетинговая среда организации: внутренняя и внешняя.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
2	Структура рынка финансовых услуг		Финансовый рынок. Функции финансового рынка. Денежный рынок. Рынок капитала. Рынок ценных бумаг (фондовый рынок). Рынок производных финансовых инструментов. Финансовая система и финансовый рынок. Финансовые институты и рынки. Типы финансовых систем (основанные на банках и основанные на рынках ценных бумаг). Соотношение рынка ценных бумаг и банков в перераспределении денежных ресурсов. Основные мировые тенденции развития финансовых рынков.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
3	Инструменты и механизмы		Значение индексов как комплексного интегративного	ПК-7	4.2.1. [1-3]

	финансового маркетинга		показателя информации. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития рынка SWOT: анализ положения и перспектив финансовой организации. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды. БКГ-анализ.		4.2.2 [1-3]
4	Продуктовая линейка финансовой компании	1	<p>Общая характеристика элементов комплекса маркетинга, их место в маркетинговой деятельности финансовых организаций (банков; страховых, инвестиционных или брокерских компаний; ПИФов и др.).</p> <p>Стандартизированный и индивидуализированный комплексы финансового маркетинга.</p> <p>Элементы комплекса финансового маркетинга: финансовые продукты и услуги; цена; распределение; продвижение, их взаимосвязь. Факторы, влияющие на выбор оптимальной структуры комплекса финансового маркетинга. Принципы разработки комплекса финансового маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение.</p> <p>Товарная (продуктово-ассортиментная) политика финансовых организаций. Классификация ассортимента финансовых продуктов (услуг). Товарный знак, торговая марка и бренд. Брендированная политика финансовых организаций. Особенности брендинга и ребрендинга на финансовых рынках.</p> <p>Концепция жизненного цикла товара. Характеристика этапов жизненного цикла продуктов (услуг) субъектов финансовых рынков. Процессы оптимизации и обновления ассортимента финансовых продуктов и услуг.</p> <p>Методы и инструменты анализа</p>	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]



		<p>эффективности ассортиментной политики субъекта финансового рынка. Оценка конкурентоспособности финансовых продуктов и услуг: понятие, показатели. Разработка системы мер по повышению конкурентоспособности финансовых продуктов и услуг.</p> <p>Ценовая политика на финансовых рынках и особенности ценообразования на рынке финансовых продуктов (услуг). Этапы процесса ценообразования. Методы формирования цен на финансовые продукты (услуги). Стратегии ценообразования субъектов финансовых рынков: базовые и альтернативные стратегии.</p> <p>Рыночная корректировка цены (ценовая тактика).</p> <p>9 Анализ факторов, влияющих на уровень цен на финансовые продукты (услуги). Разработка оптимальной (гибкой) системы цен на финансовые продукты (услуги).</p>		
5	Особенности спроса на финансовых рынках	<p>Спрос на финансовых рынках: характеристика, структура, динамика. Анализ объемов потребления на финансовых рынках. Оценка его емкости.</p> <p>Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга.</p> <p>Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды.</p> <p>Конкуренция на финансовых рынках. Сущность и виды конкуренции. Конкуренты и их доли на финансовых рынках. Стратегии конкуренции и их оценка. Анализ конкуренции на финансовых рынках.</p>	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

			<p>Потребители финансовых продуктов и услуг как объекты финансовых рынков. Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.</p>		
6	<p>Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке</p>		<p>Информационная база финансового маркетинга: источники и каналы маркетинговой информации на финансовых рынках и критерии оценки их достоверности. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Планирование и проведение маркетинговых исследований на финансовых рынках. Этапы проведения маркетингового исследования. Основные методики проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Изучение поведения инвестора-покупателя и инвестора-продавца на финансовых рынках. Анализ возможностей финансовых рынков и их секторов. Изучение финансовых активов по их качеству, привлекательности и др. Анализ реализации финансовых активов. Особенности сегментирования на финансовых рынках. Оценка сегментов финансовых рынков. Позиционирование продуктов (услуг) на финансовых рынках, а также его субъектов. Основные факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования продуктов (услуг) и бренда субъектов финансовых рынков.</p>	ПК-7	<p>4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]</p>
7	<p>Процесс продвижения финансового продукта</p>	2	<p>Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках: сущность, цели и задачи. Особенности разработки программы маркетинговых коммуникаций финансовых организаций. Специфика подготовки и проведения рекламной кампании для финансовых рынков.</p>	ПК-7	<p>4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]</p>

		<p>Средства и методы рекламы, используемые для продвижения финансовых продуктов (услуг) и бренда финансовой организации. Планирование рекламных мероприятий и оценка эффективности финансовой рекламы.</p> <p>Связи с общественностью («Public Relations» (PR)) и пропаганда («Publicity»), их роль в создании имиджа финансовой организации, продвижении финансовых продуктов (услуг). Виды PR-мероприятий, осуществляемых финансовыми организациями. Планирование и проведение рекламных и PR-мероприятий. Контроль эффективности рекламных и PR-мероприятий, проводимых финансовыми организациями.</p> <p>Стимулирование сбыта финансовых продуктов (услуг), его сущность, цели и направления. Виды стимулирования продаж финансовых продуктов (услуг). Методы стимулирования работников финансовых организаций и потребителей финансовых продуктов (услуг).</p>		
8	Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка	<p>Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге. Особенности сегментирования на финансовых рынках. Оценка сегментов финансовых рынков. Позиционирование продуктов (услуг) на финансовых рынках, а также его субъектов. Основные факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования продуктов (услуг) и бренда субъектов финансовых рынков.</p>	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
9	Работа с действующими и привлечение новых клиентов	<p>Потребители финансовых продуктов и услуг как объекты финансовых рынков. Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.</p>	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

#### 4.1.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем часов	Краткое содержание занятия	Формируемые Компетенции (коды)	Ссылка на литературу
1	Понятия, сущность, теоретические основы финансового маркетинга	2	Роль и сущность финансового маркетинга в системе управления финансовыми рынками. Характеристика базисных концепций финансового маркетинга, их эволюция	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
2	Структура рынка финансовых услуг		Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
3	Инструменты и механизмы финансового маркетинга		Понятие комплекса финансового маркетинга. Характеристика его элементов и их взаимосвязи. Внедрение на рынок нового продукта (услуги) финансовой организации.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
4	Продуктовая линейка финансовой компании		Служба маркетинга финансовой организации. Основные виды контроля в финансовом маркетинге	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
5	Особенности спроса на финансовых рынках		Понятие комплекса финансового маркетинга. Характеристика его элементов и их взаимосвязи. Внедрение на рынок нового продукта (услуги) финансовой организации.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

6	Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке		Анализ маркетинговой информации на финансовых рынках и предъявляемые к ней требования. Виды маркетинговых исследований на финансовых рынках.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
7	Процесс продвижения финансового продукта	2	Виды маркетинговых коммуникаций финансовых организаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
8	Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка		Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге. Особенности сегментирования на финансовых рынках. Оценка сегментов финансовых рынков. Позиционирование продуктов (услуг) на финансовых рынках, а также его субъектов. Основные факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования продуктов (услуг) и бренда субъектов финансовых рынков.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
9	Работа с действующими и привлечение новых клиентов		Потребители финансовых продуктов и услуг как объекты финансовых рынков. Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

#### 4.1.3. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем часов	Краткое содержание занятия	Формируемые Компетенции (коды)	Ссылка на литературу
1	Понятия, сущность, теоретические основы финансового маркетинга	11	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Презентация	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
2	Структура рынка финансовых услуг	10	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Характеристика средств финансового маркетинга (на	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

			примере страны, региона, города)		
3	Инструменты и механизмы финансового маркетинга	10	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Материалы для проекта	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
4	Продуктовая линейка финансовой компании	10	Подготовительные стадии разработки программы по туризму	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
5	Особенности спроса на финансовых рынках	10	Вопросы к участию в Интернет-конференции. Пресс-релиз информационных материалов	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
6	Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке	12	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Реферат	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
7	Процесс продвижения финансового продукта	10	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. План маркетинговых мероприятий	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
8	Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка	10	Работа с конспектом лекции (обработка текста); ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре. Материалы к анализу	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]
9	Работа с действующими и привлечение новых клиентов	11	Подготовка к зачёту. Решение кейс-задач.	ПК-7	4.2.1. [1-3] 4.2.2 [1-3]

#### 4.1.4. Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме учебным планом не предусмотрены.

#### 4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

##### 4.2.1. Основная литература

1. Кнышова Е.Н. Маркетинг: учебное пособие. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2015. – 282 с.
2. Алёшин В.А. Финансовый маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Алёшин В.А., Зотова А.И., Шевченко Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011.— 158 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47188.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Смирнов, К. А. Маркетинг на финансовом рынке : учеб. пособие / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005579-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010090>

4. Урясьева, Т. И. Финансовые технологии в маркетинге : учебное пособие / Т. И. Урясьева. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 200 с. - ISBN 978-5-9558-0296-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010815>

#### 4.2.2. Дополнительная литература

1. Гареев Т.Р. Основы международного маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Гареев Т.Р.— Электрон. текстовые данные.— Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009.— 244 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3165.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Кирьянов, И. В. Финансовый рынок: Рынок ценных бумаг : учебное пособие / И. В. Кирьянов, С. Н. Часовников. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 281 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010427-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/488348>

3. Кобринский, Г. Е. Финансы и финансовый рынок / Г. Е. Кобринский, М. К. Фисенко, Т. Е. Бондарь. - 2-е изд. - Минск : Вышэйшая школа, 2014. - 348 с. - ISBN 978-985-06-2392-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/509487>

4. Пробин П.С. Финансовые рынки [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов обучающихся по направлению подготовки «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр»)/ Пробин П.С., Проданова Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81586.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Н.Д. Эриашвили [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 463 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>.— ЭБС «IPRbooks».

6. Шатохин К.С. Финансовые рынки и инструменты [Электронный ресурс]: рынок ценных бумаг. Курс лекций/ Шатохин К.С.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Издательский Дом МИСиС, 2013.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56611.html>.— ЭБС «IPRbooks»

#### 4.2.3. Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

1. <http://www.mse.ru> – Межбанковская фондовая биржа
2. <http://www.cbr.ru> – Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы)
3. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы обзорного и аналитического характера)
4. <http://www.budgetrf.ru> – Мониторинг экономических показателей
5. [www.government.ru](http://www.government.ru) – Официальный сайт Правительства Российской Федерации
6. <http://www.udprf.ru/> – Управление делами Президента Российской Федерации (федеральное агентство)
7. <http://www.gks.ru/> – Федеральная служба государственной статистики

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам филиала. Филиал СГУ в городе Анапе обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства РФ об интеллектуальной собственности и международных договоров РФ в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных, указанным в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
---	-------------------

1	ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	SpringerNature :полнотекстоваябазаданных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст :электронный.
3	КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
	Наименование ИИС
1	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017- ]. – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Текст : электронный.

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование СПБД
1.	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». – Саратов, [2010-]. – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001–. – <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 18.02.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.(С 2022 г.)
3.	Образовательная платформа Юрайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 –. – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 15.06.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.(С 2022 г.)
4.	Комплект Сочинского государственного университета / ЭБС «Консультант студента» ; ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза. – Москва : Политехресурс, 2013 –. – URL: <a href="http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html">http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Электронная библиотека Grebennikon / Издательский дом «Гребенников». – Москва, 1993. –. – URL: <a href="https://www.grebennikov.ru/">https://www.grebennikov.ru/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
7.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 28.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

#### 4.3. Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация студентов производится в следующей форме:

- выполнение контрольной работы;
- тестирование;
- отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность).

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- темы докладов;
- темы контрольных работ;
- тесты;



- перечень вопросов для проведения зачета;

### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Сущность и основные элементы финансового маркетинга.
2. Эволюция финансового маркетинга в России и за рубежом.
3. Цели и принципы финансового маркетинга.
4. Макро- и микросреда финансового маркетинга.
5. Анализ маркетинговой среды на финансовых рынках.
6. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
7. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
8. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках: цели, задачи, методы, принципы, этапы.
9. Особенности сегментации финансовых рынков: цели, задачи, методы и принципы.
10. Подходы к выбору целевого финансового рынка.
11. Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.
12. Цели и задачи стратегического планирования на финансовых рынках.
13. Стратегии развития на финансовых рынках и методы их оценки.
14. Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.
15. План маркетинга финансовой организации: структура.
16. Особенности организационных структур управления финансовой организации.
17. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга финансовой организации: знания, умения, навыки.
18. Контроль в финансовом маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.
19. Стратегический контроль на финансовых рынках, его цели и содержание.
20. Общая характеристика комплекса финансового маркетинга.
21. Элементы комплекса финансового маркетинга.
22. Классификация финансовых продуктов и услуг.
23. Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.
24. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления.
25. Ассортиментная политика финансовой организации.
26. Ценовая политика на финансовых рынках и ее основные направления.
27. Ценовые стратегии, используемые на финансовых рынках.
28. Основные направления политики распределения на финансовых рынках.
29. Особенности сбыта на финансовых рынках.
30. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках.
31. Стимулирование сбыта на финансовых рынках.
32. Инструменты прямого маркетинга на финансовых рынках.
33. Особенности банковского маркетинга.
34. Особенности страхового маркетинга.
35. Особенности маркетинга на рынке ценных бумаг.

## **5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины**

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, усваивают и повторяют основные понятия. Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий,

предусмотренных для самостоятельной отработки с дальнейшим групповым обсуждением.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и лабораторных занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов. В качестве контрольно-развивающих форм используются решение задач, доклады, групповое обсуждение, устный опрос.

#### **Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий.

При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

#### **Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке докладов, фиксированных выступлений на семинарских занятиях**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет.

Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 7-10 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету**

При подготовке к зачету необходимо руководствоваться рабочей программой по дисциплине. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе и включенные в требования к зачету, выносятся на самостоятельное изучение. На зачете студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. Студент также должен показать знания учебных пособий разных лет, умение их аннотировать, знакомство с материалами новейших исследований.

При подготовке к ответу на зачете студенту разрешено пользоваться программой по курсу. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, педагог имеет право задать ему ряд вопросов, стимулирующих студентов к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Монологические высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

## **5.2. Организация самостоятельной работы студентов**

Обучение в организации высшего образования предполагает наличие большого объёма времени, отведённого для самостоятельной работы обучающихся. Для эффективного освоения дисциплины «Финансовый маркетинг» необходимо оптимальным образом организовать это время. Так как обучение – это труд умственный, студентам стоит учитывать динамику работоспособности в период рабочих циклов:

- первые 15-20 минут – период вработываемости, работоспособность невысокая;
- следующие 1-2 часа – период оптимальной работоспособности;
- следующие 1-2 часа – период полной компенсации утомления – работоспособность несколько снижается, но остаётся устойчивой;
- следующие 1-2 часа – период неустойчивой работоспособности;
- далее наступает период прогрессивного снижения работоспособности и продуктивности труда;
- через определённое время, в случае увлечённости трудом, может наступить процесс конечного прорыва (второго дыхания), когда работоспособность снова повышается.

В соответствии с этим, необходимо планировать нагрузку следующим образом: начинать с несложных, интересных заданий, затем переходить к самым сложным, неинтересным, далее постепенно уменьшать сложность заданий. На конец работы желательно оставлять самые лёгкие и в то же время интересные задания.

В период умственного труда необходимо регулировать свою умственную работоспособность и поддерживать её на достаточно высоком уровне. Основными средствами повышения и поддержания работоспособности являются:

- прогнозирование физиологических и физических резервов организма;
- контроль за состоянием функций организма и состоянием работоспособности;
- рациональный режим труда и отдыха (правильное распределение бюджета времени, чередование физического и умственного труда, учёт индивидуальной периодики биоритмов, отведение времени на сон не менее 8 часов в сутки и пр.);
- активный отдых;
- рациональное питание;
- систематичность и последовательность в работе;
- предварительное планирование и строгий порядок при её выполнении;
- правильная организация труда;
- благоприятные санитарно-гигиенические и эстетические условия работы.

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Финансовый маркетинг» состоит в:

- углубленном изучении вопросов теоретической части дисциплины;
- подготовке устному опросу, обсуждениям на практических занятиях;
- выполнению домашних заданий;
- выполнения мини-проекта и доклада с презентацией;
- подготовке к зачету по дисциплине.

В учебном процессе выделено два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Финансовый маркетинг» выполняется на практических занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

*для овладения знаниями:*

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др.

*для закрепления и систематизации знаний:*

- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;

*для формирования умений и навыков:*

- решение ситуационных (профессиональных) задач;
- подготовка к тренингу, составление характеристики испытуемого.

*Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:*

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.
2. Ответить на контрольные вопросы.
3. Рекомендуется дать собственные комментарии позиции автора(ов) литературного источника, согласие или несогласие с автором(ами), аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль за внеаудиторной самостоятельной работой осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите контрольной работы, зачете.

При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу преподавателем проводится инструктаж по выполнению заданий, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объём работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения студентами внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить при необходимости консультации за счёт общего бюджета времени.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов, в зависимости от цели, объёма, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов

Критерии оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента зависят от формы самостоятельной работы, и отражаются в ФОС дисциплины.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и электронной информационно-образовательной среде филиала. Доступ осуществляется из читального зала библиотеки, оснащенного оборудованными рабочими местами, из компьютерных классов.

### **5.3. Образовательные технологии**

В целях максимального усвоения дисциплины «Финансовый маркетинг» используются следующие технологии обучения:

- 1) лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

2) практическое занятие - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

Преподавание всех разделов дисциплины «Финансовый маркетинг» базируется на сочетании классических и инновационных методов обучения, и взаимосвязаны с задачей подготовки и воспитания современных специалистов.

При проведении лекционных занятий используется классический метод чтения лекционного курса, который предполагает устное изложение преподавателем учебного материала. Студенты воспринимают материал на слух, и записывают основные положения в тетради, или на компьютерных носителях, а также инновационные методы чтения лекций, которые основаны на применении таких технологий, как дистанционное проектирование, «лекция-диалог», «проблемные лекции», и др.

При проведении практических занятий также используются инновационные и интерактивные методы обучения. Обсуждение в группах, как метод проведения занятия, предполагает групповое обсуждение какого-либо вопроса, которое направлено на нахождение истины или достижение лучшего взаимопонимания. Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе группового обсуждения перед студентами ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого студенты должны подготовить аргументированный развернутый ответ. Преподаватель может устанавливать определенные правила проведения группового обсуждения:

- задавать определенные рамки обсуждения (например, указать не менее 10 ошибок);
- ввести алгоритм выработки общего мнения;
- назначить лидера, руководящего ходом группового обсуждения и др.

На втором этапе группового обсуждения вырабатывается групповое решение совместно с преподавателем. Разновидностью группового обсуждения является круглый стол, который проводится с целью поделиться проблемами, собственным видением вопроса, познакомиться с опытом, достижениями.

Эффективным способом донесения важной информации является публичная презентация. Слайд - презентация позволяет наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение, его ключевые содержательные пункты.

Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность выступлений, являющихся частью профессиональной деятельности большинства специалистов.

Независимо от формы обучения основная цель обучения - формирование экономического мышления на основе активного получения знаний студентами, как во время учебных занятий, так и в результате самостоятельной работы.

Проведение всех видов занятий (лекционные, практические, лабораторные и т.д.) при преподавании дисциплин, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **5.4. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для успешного освоения дисциплины аудитория должна быть оборудована мультимедийным комплексом и экраном для демонстрации слайдовых презентаций и интерактивных карт.

Для проведения компьютерного тестирования несколько занятий организуются в

стационарном или мобильном компьютерном классе.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

– для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

– для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

– для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

Освоение дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

– лекционная аудитория – мультимедийное оборудование, источники питания для индивидуальных технических средств;

– учебная аудитория для практических занятий (семинаров) – мультимедийное оборудование;

– учебная аудитория для самостоятельной работы – стандартные рабочие места с персональными компьютерами; рабочее место с персональным компьютером, с программой экранного доступа, программой экранного увеличения для студентов с нарушениями зрения.

В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, должно быть предусмотрено соответствующее количество мест для обучающихся с учетом ограничений их здоровья.

В учебные аудитории должны быть обеспечен беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

**Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей**

<i>Категории студентов</i>	<i>Виды оценочных средств</i>	<i>Форма контроля и оценки результатов обучения</i>
С нарушением слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету.	Организация взаимодействия обучающихся посредством электронной почты

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Освоение дисциплины осуществляется в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов. Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина ведется в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов.

## 5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При обучении дисциплине используется следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, учебно-наглядными материалами (стенды, презентации по дисциплине, видеофильмы), техническими средствами обучения.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС филиала.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Перечень ПО
1	Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008).
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007, №43777173 от 11.04.2008, №46514573 от 12.02.2010).
3	Microsoft Visio Standard 2007 Russian Academic OPEN No Level (бессрочные лицензии № 42588538 от 10.08.2007).
4	Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1
5	ПО Корс-Софт «Мини-Кадры» договор № 1/2018 от 29 марта 2018 г. (срок действия - бессрочная лицензия).

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС филиала СГУ в г. Анапе.

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.11 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**  
 Шифр и направление подготовки **38.03.01 «Экономика»**  
 Профиль подготовки бакалавра **«Финансы и кредит»**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы**  
**Б1.В.11 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**

**Вариативная**  
**заочная**

Составитель аннотации – Мазова Е.А., к.э.н., доцент кафедры СКСиТ

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/час)</b>	3/108
<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование у студентов современных компетенций в области применения маркетинговых принципов и подходов на рынках финансовых услуг и в деятельности финансовых учреждений и показать их возможности на обширном фактическом материале.
<b>Содержание дисциплины</b>	<p>Понятия, сущность, теоретические основы финансового маркетинга</p> <p>Структура рынка финансовых услуг</p> <p>Инструменты и механизмы финансового маркетинга</p> <p>Продуктовая линейка финансовой компании</p> <p>Особенности спроса на финансовых рынках</p> <p>Проведение маркетинговых исследований на финансовом рынке</p> <p>Процесс продвижения финансового продукта</p> <p>Потребители финансовых услуг. Сегментирование рынка</p> <p>Работа с действующими и привлечение новых клиентов</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-7
<b>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</b>	Микроэкономика Макроэкономика Статистика Мировая экономика и международные экономические отношения Международные инвестиции История финансов, денег и кредита России Актуальные проблемы финансов и кредита Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</b>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, используемые для обзора в отечественной и зарубежной информации;</li> <li>- основные источники информации при подготовке аналитического отчета и информационного обзора;</li> <li>- структуру аналитического отчета и информационного обзора.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);</li> <li>- анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию в отечественной и зарубежной прессе;</li> </ul>



	<p>- найти необходимые данные для составления аналитического отчета.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками организации сбора информации для подготовки информационного обзора и аналитического отчета</p>
<b>Образовательные технологии</b>	Лекции. Семинары. Самостоятельная работа. Консультации
<b>Формы текущего контроля успеваемости</b>	доклад, тестирование, контрольная работа, собеседование
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачёт