

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б1.ДЭ.01.02 Финансово-инвестиционный маркетинг»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины - приобретение комплексных профессиональных знаний и умений формирования современной инвестиционно-маркетинговой стратегии финансовых организаций, составление прогнозов в области инвестиционно-рыночной конъюнктуры.

1.2 Задачи дисциплины

1. Овладения знаниями понятийного и категориального аппарата инвестиционно-финансового маркетинга.
2. Формирование профессиональных компетенций в области маркетингового планирования инвестиций.
3. Оценка и товарной, ценовой и сбытовой политики финансовых организаций по средствам мониторинга денежно-кредитного рынка.
4. Прогнозирование инвестиционной рыночной конъюнктуры.
5. Мониторинг инвестиционного рынка, сегментация рынка финансово-инвестиционных продуктов и услуг.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансово-инвестиционный маркетинг» относится к элективной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Материал курса базируется на содержании дисциплин бакалаврского уровня: «Маркетинг», «Инвестиции», «Финансовые рынки» и др.

Изучаемая дисциплина дает знания и умения, которые являются необходимыми для сдачи государственной итоговой аттестации и, которые могут быть применены в процессе прохождения производственной практики и написании ВКР.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК - 1 Способен консультировать клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг ПК - 2 Способен обеспечивать проведение сделок кредитования корпоративных заёмщиков	
ИПК-1.16 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности.	Знает основы построения комплекса финансово-инвестиционного маркетинга в организациях. Знает современные направления развития финансовых рынков.
ИПК-2.12 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности	Умеет планировать и формировать оптимальный портфель инвестиций. Умеет управлять рыночными процессами в сочетании с методами инвестиционного менеджмента.
	Разрабатывает и продвигает инвестиционные продукты. Проводит сравнительный анализ инвестиционных проектов и программ.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения	
			очная	очно-заочная
			8 семестр (72)	8 семестр (72)
Контактная работа, в том числе:			32,2	32,2
Аудиторные занятия (всего):			28	28
занятия лекционного типа			14	14
лабораторные занятия				
практические занятия			14	14
семинарские занятия				
Иная контактная работа:			4,2	4,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)			4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:			39,8	39,8
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)			39,8	39,8
Подготовка к текущему контролю				
Контроль:				
Подготовка к экзамену				
Общая трудоемкость	час.		72	72
	в том числе контактная работа		32,2	32,2
	зач. ед		2	2

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие, сущность и особенности современного финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	16	4	4	-	8
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	12	2	2	-	8
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	12	2	2	-	8
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений	16	4	4	-	8
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	11,8	2	2	-	7,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		14	14	-	39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				

	Подготовка к экзамену	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие, сущность и особенности современного финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	16	4	4	-	8
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	12	2	2	-	8
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	12	2	2	-	8
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений	16	4	4	-	8
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	11,8	2	2	-	7,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		14	14	-	39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к экзамену	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

2. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468986>

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник: [16+] / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева и др.; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 3-е изд., перераб. — Москва: Дашков и К°, 2021. — 433 с.: табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314>

Автор
К.э.н., доцент кафедры ЭАСиФ

Саломатина Е.В.