

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДЭ.01.01 Финансовый маркетинг
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель изучения дисциплины Б1.В.ДЭ.01.01 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 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.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «**Финансовый маркетинг**» относится к Части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и очно-заочной форме обучения.

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

Требования к уровню освоения дисциплины

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 | |
| ИПК-1.16 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности. | ИПК-1.16.3-1. Знает мероприятия в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций. |
| | ИПК-1.16.У-1. Умеет осуществлять мониторинг состояния денежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа. |
| | ИПК-1.16.П-1. Принимает эффективные маркетинговые решения в области продвижения банковских продуктов. |
| ПК-2 Способен обеспечивать проведение сделок кредитования корпоративных | |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| заёмщиков | |
| ИПК-2.12 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности | ИПК-2.12.3-1. Знает современные тенденции развития финансового рынка и методы оценки эффективности каналов продаж. |
| | ИПК-2.12. У-1. Умеет оценивать эффективность маркетинговых инструментов в деятельности кредитных организаций. |
| | ИПК-2.12. П-1. Применяет современные способы продвижения и продажи финансовых и инвестиционных продуктов и услуг. |

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости 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 финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг. | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 2 | Финансовые рынки и маркетинговая среда | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 3 | Маркетинговые исследования на финансовых рынках | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 4 | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 5 | Коммуникационная политика финансовых организаций | 11,8 | 2 | 2 | - | 7,8 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 67,8 | 14 | 14 | - | 39,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к зачету | - | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре очно-заочная форма обучения

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг. | 16 | 4 | 4 | - | 8 |

| | | | | | | |
|---|--|------|----|----|---|------|
| 2 | Финансовые рынки и маркетинговая среда | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 3 | Маркетинговые исследования на финансовых рынках | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 4 | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 5 | Коммуникационная политика финансовых организаций | 11,8 | 2 | 2 | - | 7,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 67,8 | 14 | 14 | - | 39,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к зачету | - | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: Айвазов А.Л.