

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.