

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б1.В.19 Финансовый маркетинг»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины - приобретение комплексных профессиональных знаний и умений в области формирования современной маркетинговой стратегии финансовых организаций, формирование навыков продвижения финансовых продуктов и услуг.

1.2 Задачи дисциплины

1. Овладения знаниями понятийного и категориального аппарата финансового маркетинга.
2. Формирование профессиональных компетенций в области технологий маркетинговых стратегий финансовых организаций.
3. Оценка и товарной, ценовой и сбытовой политики финансовых организаций по средствам мониторинга денежно-кредитного рынка.
4. Понимание современных цифровых технологий и инструментов продвижения финансовых продуктов.
5. Оценка модели поведения потребителей на финансовых рынках.

1.3 Место дисциплины (модуля) 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 на 4 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Материал курса базируется на содержании дисциплин бакалаврского уровня: «Маркетинг», «Риск-менеджмент», «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-3 Способен привлекать денежные средства для обеспечения микрофинансовых операций | |
| ИПК-3.5. Использует инструментарий и технологии финансового маркетинга в профессиональной деятельности | Знать основы построения комплекса финансового маркетинга в организациях. |
| | Знать технологии и инструментарий в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций. |
| | Уметь осуществлять мониторинг состояния денежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа. Умеет обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию о деятельности финансовых организаций. |

| | |
|--|--|
| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
| | Использует на практике современные направления и технологии продвижения и продажи финансовых продуктов и услуг. Осуществляет трудовые действия с инструментами принятия маркетинговых решений и оценкой их эффективности. |

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения | |
|---|--------------------------------------|-----------------|-----------------|
| | | очная | очно-заочная |
| | | 7 семестр (108) | 7 семестр (108) |
| Контактная работа, в том числе: | | 39,3 | 41,3 |
| Аудиторные занятия (всего): | | 34 | 36 |
| занятия лекционного типа | | 18 | 12 |
| лабораторные занятия | | | |
| практические занятия | | 16 | 24 |
| семинарские занятия | | | |
| Иная контактная работа: | | 5,3 | 5,3 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 5 | 5 |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | 0,3 |
| Самостоятельная работа, в том числе: | | 42 | 40 |
| 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.) | | 42 | 40 |
| Подготовка к текущему контролю | | | |
| Контроль: | | 26,7 | 26,7 |
| Подготовка к экзамену | | 26,7 | 26,7 |
| Общая трудоёмкость | час. | 108 | 108 |
| | в том числе контактная работа | 39,3 | 41,3 |
| | зач. ед | 3 | 3 |

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 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. | 14 | 4 | 2 | - | 8 |
| 2. | Финансовые рынки и маркетинговая среда | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| 3. | Маркетинговые исследования на финансовых рынках | 16 | 4 | 4 | - | 8 |
| 4. | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | 18 | 4 | 4 | - | 10 |
| 5. | Коммуникационная политика финансовых организаций | 14 | 4 | 2 | - | 8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 18 | 16 | - | 42 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 5 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к экзамену | 26,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

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 финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг | 12 | 2 | 4 | - | 6 |
| 2. | Финансовые рынки и маркетинговая среда | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| 3. | Маркетинговые исследования на финансовых рынках | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| 4. | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | 22 | 4 | 8 | - | 10 |
| 5. | Коммуникационная политика финансовых организаций | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 12 | 24 | - | 40 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 5 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к экзамену | 26,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

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

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

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.