

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.01.01 Финансовый маркетинг

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

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

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.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансовый 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.

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	
ПК - 2 Способен обеспечивать проведение сделок кредитования корпоративных заёмщиков	
ИПК-1.16 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности. ИПК-2.12 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности	Знает мероприятия в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций. Знает современные тенденции развития финансового рынка и методы оценки эффективности каналов продаж
	Умеет осуществлять мониторинг состояния денежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа. Умеет оценивать эффективность маркетинговых инструментов в деятельности кредитных организаций. Умеет определять и оценивать эффективные каналы продаж банковских продуктов.
	Принимает эффективные маркетинговые решения в области продвижения банковских продуктов. Применяет современные способы продвижения и продажи финансовых и инвестиционных продуктов и услуг.

Содержание дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (4 курсе) (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
	<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 (4 курсе) (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>		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

Автор
К.э.н., доцент кафедры ЭАСиФ

Саломатина Е.В.