

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет - экономический



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

Т.А. Хагуров

Подпись

«31» мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**Б1.В.19 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**

Направление  
подготовки/специальность 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль) / специализация Финансовый менеджмент

Форма обучения Очная, очно-заочная

Квалификация Бакалавр

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Программу составил (и):  
Е.В. Саломатина, канд. экон. наук, доцент



Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» утверждена на заседании кафедры экономического анализа, статистики и финансов протокол № 8 от 7 мая 2024 г.

И. о. заведующий кафедрой экономического анализа, статистики и финансов

Л.Н. Дробышевская, доктор экон. наук, профессор



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 от 17 мая 2024 г.

Председатель УМК факультета  
Л.Н. Дробышевская  
доктор экон. наук, профессор



Рецензенты:

Исаев А.П., доктор экон. наук, главный научный сотрудник лаборатории экономических исследований ФГБНУ ВНИИТТИ  
Тхагапсо Р.А., канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учёта, аудита и автоматизированной обработки данных ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

## **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  |
|--|--|
| <b>ПК-3 Способен привлекать денежные средства для обеспечения микрофинансовых операций</b>             |  |
| ИПК-3.5. Использует инструментарий и технологии финансового маркетинга в профессиональной деятельности | Знать основы построения комплекса финансового маркетинга в организациях.<br>Знать технологии и инструментарий в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций.   |
|  | Уметь осуществлять мониторинг состояния денежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа.<br>Умеет обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию о деятельности финансовых организаций.  |
|  | Использует на практике современные направления и технологии продвижения и продажи финансовых продуктов и услуг.<br>Осуществляет трудовые действия с инструментами принятия маркетинговых решений и оценкой их эффективности. |

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 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) |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b>  |                                      | <b>39,3</b>     | <b>41,3</b>     |
| <b>Аудиторные занятия (всего):</b>  |                                      | <b>34</b>       | <b>36</b>       |
| занятия лекционного типа  |                                      | 18              | 12              |
| лабораторные занятия  |                                      |                 |                 |
| практические занятия  |                                      | 16              | 24              |
| семинарские занятия   |                                      |                 |                 |
| <b>Иная контактная работа:</b>  |                                      | <b>5,3</b>      | <b>5,3</b>      |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)   |                                      | 5               | 5               |
| Промежуточная аттестация (ИКР)  |                                      | 0,3             | 0,3             |
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>   |                                      | <b>42</b>       | <b>40</b>       |
| 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  |                                      |                 |                 |
| <b>Контроль:</b>  |                                      | <b>26,7</b>     | <b>26,7</b>     |
| Подготовка к экзамену   |                                      | 26,7            | 26,7            |
| <b>Общая трудоемкость</b>   | <b>час.</b>                          | <b>108</b>      | <b>108</b>      |
|   | <b>в том числе контактная работа</b> | <b>39,3</b>     | <b>41,3</b>     |
|   | <b>зач. ед</b>                       | <b>3</b>        | <b>3</b>        |

### 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости 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

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

| №  | Наименование раздела (темы)   | Содержание раздела (темы)   | Форма текущего контроля |
|----|---|---|-------------------------|
| 1. | Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг | Основные цели и задачи финансового маркетинга. Базовые понятия финансового маркетинга. Сущность, принципы и функции финансового маркетинга. Виды финансового маркетинга. Разновидности финансового маркетинга в зависимости от субъектов финансовых рынков (банковский, инвестиционный маркетинг, маркетинг рынка ценных бумаг и др.). Сегментирование рынка по группам потребителей. Практика организации современный российский опыт. | К,Р                     |

|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
|    |  | Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.   |   |
| 2. | Финансовые рынки и маркетинговая среда   | Виды финансовых рынков. Основные мировые тенденции развития финансовых рынков. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Формирования маркетинговой среды.  | К |
| 3. | Маркетинговые исследования на финансовых рынках  | Информационная база финансового маркетинга: источники и каналы маркетинговой информации на финансовых рынках, критерии оценки их достоверности. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Планирование и проведение маркетинговых исследований финансовых рынках. Этапы проведения маркетингового исследования. Модели и методы анализа поведения покупателей финансовых продуктов и услуг.  | К |
| 4. | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | Особенности маркетинга в деятельности финансовой организации. Подразделения, занимающиеся маркетинговой деятельностью, финансовой организации, их задачи и функции. Эффективность финансового маркетинга: понятие, критерии и показатели. Основные виды контроля в финансовом маркетинге.  | Р |
| 5. | Коммуникационная политика финансовых организаций   | Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках: сущность, цели и задачи. Особенности разработки программы маркетинговых коммуникаций финансовых организаций. Специфика подготовки и проведения рекламной кампании для финансовых рынков. Средства и методы рекламы, используемые для продвижения финансовых продуктов (услуг) и бренда финансовой организации. Планирование рекламных мероприятий и оценка эффективности финансовой рекламы. Виды PR-мероприятий, осуществляемых финансовыми организациями. | К |

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

| №  | Наименование раздела (темы)   | Тематика занятий/работ  | Форма текущего контроля |
|----|---|---|-------------------------|
| 1. | Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг | Роль и сущность финансового маркетинга в системе управления финансовыми рынками. Характеристика базисных концепций финансового маркетинга, их эволюция. Привлечение и удержание клиента в сфере услуг. Клиентоориентированная маркетинговая политика и формирование лояльной клиентской базы.   | К                       |
| 2. | Финансовые рынки и маркетинговая среда  | Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды.   | К                       |
| 3. | Маркетинговые исследования на финансовых рынках   | Анализ маркетинговой информации на финансовых рынках и предъявляемые к ней требования. Виды маркетинговых исследований на финансовых рынках. SWOT-анализ для компании в целом и для каждого продукта в отдельности: конкурентные преимущества, недостатки, рыночные возможности и угрозы. Жизненный цикл финансовых продуктов и услуг. Ценообразование и тарифная политика. | К                       |
| 4. | Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков                                | Служба маркетинга финансовой организации. Основные виды контроля в финансовом маркетинге. Интернет-сайт   | К                       |

|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
|    | рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений | как канал привлечения новых клиентов. Организация работы call-центра. Альтернативные каналы продаж.  |   |
| 5. | Коммуникационная политика финансовых организаций   | Виды маркетинговых коммуникаций финансовых организаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Методы продвижения финансовых продуктов на рынок с целью привлечения новых клиентов. | К |

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

При изучении дисциплины может применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

### 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

| № | Вид СРС                                       | Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы  |
|---|---|--|
| 1 | Занятия лекционного и семинарского типа       | Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a> |
| 2 | Выполнение самостоятельной работы обучающихся | Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>          |
| 3 | Интерактивные методы обучения                 | Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>                         |

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### 3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, модульная технология, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Финансовый маркетинг».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к экзамену.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)  | Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)   | Наименование оценочного средства  |  |
|-------|--|---|---|--|
|       |  |   | Текущий контроль  | Промежуточная аттестация               |
| 1     | ИПК-3.5. Использует инструментарий и технологии финансового маркетинга в профессиональной деятельности | Знать основы построения комплекса финансового маркетинга в организациях.<br>Знать технологии и инструментарий в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций.  | Реферат<br>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг» | Вопрос на экзамене 1-6, 19-20, 25, 30  |
|       |  | Уметь осуществлять мониторинг состояния денежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа.<br>Умеет обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию о деятельности финансовых организаций. | Реферат<br>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Маркетинговые исследования на финансовых рынках»   | Вопрос на экзамене 7-14                |
|       |  | Использует на практике современные направления и технологии продвижения и продажи финансовых продуктов и услуг.<br>Осуществляет трудовые действия с инструментами принятия  | Реферат<br>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Коммуникационная политика финансовых организаций»  | Вопрос на экзамене 15-18, 21-24, 26-29 |

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
|  |  | маркетинговых решений и оценкой их эффективности. |  |  |
|--|--|---|--|--|

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

***Примерный перечень вопросов и заданий***

***Реферат***

1. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды на финансовых рынках.
2. Инновации как способ достижения конкурентного преимущества финансовой организации.
3. Методы изучения поведения потребителей финансовых продуктов (услуг).
4. Конкурентные стратегии на финансовых рынках.
5. Основные задачи и функции службы маркетинга финансовой организации.
6. Особенности SWOT-анализа различных субъектов финансовых рынков.
7. Связи с общественностью («Public Relations» – PR) и их роль в создании имиджа финансовой организации.
8. Особенности рекламной кампании на финансовых рынках.
9. Современное развитие банковского маркетинга.
10. Стратегии ценообразования финансовой организации.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Сущность и основные элементы финансового маркетинга.
2. Эволюция финансового маркетинга в России и за рубежом.
3. Цели и принципы финансового маркетинга.
4. Макро- и микросреда финансового маркетинга.
5. Анализ маркетинговой среды на финансовых рынках.
6. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
7. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
8. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках: цели, задачи, методы, принципы, этапы.
9. Особенности сегментации финансовых рынков: цели, задачи, методы и принципы.
10. Подходы к выбору целевого финансового рынка.
11. Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.
12. Цели и задачи стратегического планирования на финансовых рынках.
13. Стратегии развития на финансовых рынках и методы их оценки.
14. Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.
15. Особенности организационных структур управления финансовой организации.
16. Требования, предъявляемые к специалистам организации: знания, умения, навыки.
17. Контроль в финансовом маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.
18. Стратегический контроль на финансовых рынках, его цели и содержание.
19. Общая характеристика комплекса финансового маркетинга.
20. Классификация финансовых продуктов и услуг.
21. Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.
22. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления.
23. Ассортиментная политика финансовой организации.
24. Ценовая политика на финансовых рынках и ее основные направления.
25. Ценовые стратегии, используемые на финансовых рынках.
26. Основные направления политики распределения на финансовых рынках.
27. Особенности сбыта на финансовых рынках.

28. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках.
29. Стимулирование сбыта на финансовых рынках.
30. Инструменты прямого маркетинга на финансовых рынках.

### Критерии оценивания результатов обучения

| Оценка   | Критерии оценивания по экзамену  |
|--|--|
| Высокий уровень «5»<br>(отлично)                 | оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. |
| Средний уровень «4»<br>(хорошо)                  | оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.  |
| Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)        | оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.        |
| Минимальный уровень «2»<br>(неудовлетворительно) | оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.   |

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## 5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

### 5.1. Учебная 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>

### 5.2. Периодическая литература

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
2. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
3. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
4. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

### 5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

#### Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### Профессиональные базы данных:

1. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
2. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
4. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
5. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
8. Springer Journals <https://link.springer.com/>
9. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
10. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
11. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
12. zbMath <https://zbmath.org/>
13. Nano Database <https://nano.nature.com/>
14. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
15. «Лекториум ТВ» <http://www.lektorium.tv/>
16. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

### **Информационные справочные системы:**

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

### **Ресурсы свободного доступа:**

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
8. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
9. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
10. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
11. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
12. Образовательный портал "Учеба" <http://www.uceba.com/>;
13. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety)

### **Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы**

#### **КубГУ:**

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

### **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучение дисциплины «Финансовый маркетинг» осуществляется в тесном взаимодействии с другими экономическими и финансовыми дисциплинами. Форма и способы изучения материала определяются с учетом специфики изучаемой темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание изучения теоретического материала, научного толкования того или иного понятия, даваемого в учебниках и лекциях, с самостоятельной работой студентов, подготовкой сообщений и докладов.

*Лекционное занятие* представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием образовательных технологий.

*Цель лекции* – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы. При изучении основной и дополнительной литературы, студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;

2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;

3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности;

4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;

5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;

6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по экономическим вопросам.

*Практические занятия* – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются студентами знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины. В ходе самоподготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования.

Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на семинарских занятиях.

*Самостоятельная работа* студентов проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении профессиональных задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка докладов.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и

формирования представлений о комплексе теоретического и аналитического инструментария, используемого в рамках данной отрасли знания.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленных компетенций. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, материалы для публичного их представления и обсуждения.

На сегодняшний день *тестирование* – один из самых действенных и популярных способов проверить знания в изучаемой области. Тесты позволяют очень быстро проверить наличие знаний у студентов по выбранной теме. Кроме того, тесты не только проверяют знания, но и тренируют внимательность, усидчивость и умение быстро ориентироваться и соображать. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категории и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является *решение задач*. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и расширить практический опыт студента, его способность генерировать собственные идеи, умение выслушать альтернативную точку зрения, аргументированно отстаивать свою позицию. Выполнение задач имеет целью выявить степень усвоения системы знаний, включающей теоретическую и практическую составляющие учебной дисциплины.

Текущий контроль самостоятельной работы студентов осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по данной дисциплине.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

| Наименование специальных помещений  | Оснащенность специальных помещений  | Перечень лицензионного программного обеспечения                |
|---|---|--|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа   | Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук | Microsoft Windows 8, 10,<br>Microsoft Office Professional Plus |
| Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук | Microsoft Windows 8, 10,<br>Microsoft Office Professional Plus |

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с

возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся                       | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся  | Перечень лицензионного программного обеспечения                |
|---|--|--|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | Microsoft Windows 8, 10,<br>Microsoft Office Professional Plus |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)                 | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | Microsoft Windows 8, 10,<br>Microsoft Office Professional Plus |