

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

подпись

Т.А. Хагуров

«30» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДЭ.01.02 ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ
МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Финансы и кредит

Форма обучения Очная, очно-заочная

Квалификация Бакалавр

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины «Финансово-инвестиционный маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Программу составил (и):

Е.В. Саломатина, канд. экон. наук, доцент

Н.В. Макарова, канд. экон. наук, доцент



Рабочая программа дисциплины «Финансово-инвестиционный маркетинг» утверждена на заседании кафедры экономического анализа, статистики и финансов протокол № 7 от 13 мая 2025 г.

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

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



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 8 от 14 мая 2025 г.

Председатель УМК факультета

Л.Н. Дробышевская

доктор экон. наук, профессор



Рецензенты:

Исаев А.П., д-р. 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 формирования современной инвестиционно-маркетинговой стратегии финансовых организаций, составление прогнозов в области инвестиционно-рыночной конъюнктуры.

1.2 Задачи дисциплины

1. Овладения знаниями понятийного и категориального аппарата инвестиционно-финансового маркетинга.
2. Формирование профессиональных компетенций в области маркетингового планирования инвестиций.
3. Оценка и товарной, ценовой и сбытовой политики финансовых организаций по средствам мониторинга денежно-кредитного рынка.
4. Прогнозирование инвестиционной рыночной конъюнктуры.
5. Мониторинг инвестиционного рынка, сегментация рынка финансово-инвестиционных продуктов и услуг.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Финансово-инвестиционный 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся 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.	Знает мероприятия в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций. Знает современные тенденции развития финансового рынка и методы оценки эффективности каналов продаж
ИПК-2.12 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности	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.

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 2 зачетных единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Форма обучения	
		очная	очно-заочная
		8 семестр (часы)	8 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		32,2	32,2
Аудиторные занятия (всего):		28	28
занятия лекционного типа		14	14
лабораторные занятия			
практические занятия		14	14
семинарские занятия			
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		39,8	39,8
Курсовая работа/проект		-	-
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка лекционного материала, материала учебных пособий, подготовка к практическим занятиям.)		39,8	39,8
Подготовка к текущему контролю			
Контроль:			
Подготовка к экзамену			
Общая трудоёмкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	32,2	32,2
	зач. ед	2	2

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудит. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие, сущность и особенности современного финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	16	4	4		8
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	12	2	2		8
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	12	2	2		8
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений	16	4	4		8
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	11,8	2	2		7,8
	ИТОГО по разделам дисциплины		14	14		39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к экзамену					
	Общая трудоёмкость по дисциплине	72				

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

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

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудит. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие, сущность и особенности современного финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	16	4	4		8
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	12	2	2		8
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	12	2	2		8
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений	16	4	4		8
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	11,8	2	2		7,8
ИТОГО по разделам дисциплины			14	14		39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
Общая трудоемкость по дисциплине		72				

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 финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	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 современного российского опыта. К Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.	Участие в интерактивных формах проведения занятий лекционного типа: дискуссионные вопросы
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	Виды финансовых рынков. Основные мировые тенденции развития финансовых рынков. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микро среды финансового маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Формирования маркетинговой среды.	Участие в интерактивных формах проведения занятий лекционного типа: дискуссионные вопросы
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	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 рынков. Этапы проведения маркетингового исследования. Модели и методы анализа поведения покупателей финансовых продуктов и услуг.	Участие в интерактивных формах проведения занятий лекционного типа: дискуссионные вопросы
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности	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

	маркетинговых решений		
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках: сущность, цели и задачи. Особенности разработки программ 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.	Участие в интерактивных формах проведения занятий лекционного типа: дискуссионные вопросы

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 финансово-инвестиционного маркетинга. Целевая группа потребителей	Роль и сущность финансово-инвестиционного 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. Сегментирование рынка по группам потребителей. Виды потребителей на инвестиционных рынках и анализ их экономического поведения.	К
2.	Экономическая сущность и классификация инвестиций	Инвестиции: понятие и его содержание. Инвестиции как форма инвестиционного товара. Субъекты инвестиционной деятельности. Права инвесторов. Основные этапы инвестирования. Классификация инвестиций.	К
3.	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга	Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга: понятие, направление, приоритеты и управление. Основные элементы, концепции и подходы инвестиционной стратегии предприятия. Этапы процесса разработки инвестиционной стратегии. Принципы разработки инвестиционной стратегии организации.	К
4.	Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Оценка эффективности маркетинговых решений	Служба маркетинга финансовой организации. Основные виды контроля в финансовом маркетинге. Интернет-сайт как канал привлечения новых клиентов.	К
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций. Инвестиционные риски	Коммуникационная политика финансовых организаций как канал привлечения новых клиентов. Организация работы call-центра. Альтернативные каналы продаж. Виды маркетинговых коммуникаций финансовых организаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Методы продвижения финансовых продуктов на рынок с целью привлечения новых клиентов. Виды инвестиционных рисков.	К

Защита 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.

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

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа (проект) – не предусмотрена.

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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Выполнение лабораторных работ	Методические указания по выполнению лабораторных работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

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, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, 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.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

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

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

Код и наименование индикатора	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
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	Опрос Реферат Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Понятие, сущность и особенности современного финансово-инвестиционного маркетинга»	Вопрос на зачете 1-8
	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.	Реферат Вопросы для устного опроса по теме «Экономическая сущность и классификация инвестиций»	Вопрос на зачет 9 17,26,27
	Принимает эффективные маркетинговые решения в области продвижения банковских продуктов. Применяет современные способы продвижения и продажи финансовых и инвестиционных продуктов и услуг.	Реферат Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Коммуникационная политика финансовых организаций»	Вопрос на зачете 18-25, 28-30

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 инвестиционных 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 инвестиционных рынках.
9. Современное развитие банковского маркетинга.
10. Стратегии ценообразования финансовой организации.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации

1. Финансово-инвестиционный маркетинг: сущность, понятие и особенность
2. Эволюция инвестиционного маркетинга в России и за рубежом.
3. Цели и принципы финансово-инвестиционного маркетинга.
4. Макро- и микросреда финансового маркетинга.
5. Анализ маркетинговой среды на инвестиционных рынках.
6. Понятие и виды конкуренции на финансово-инвестиционных рынках.
7. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
8. Классификации и виды инвестиций.
9. Особенности сегментации финансовых рынков: цели, задачи, методы и принципы.
10. Подходы к выбору целевого инвестиционного рынка.
11. Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.
12. Цели и задачи стратегического планирования на финансовых рынках.
13. Стратегии финансово-инвестиционного маркетинга.
14. Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.
15. Особенности организационных структур управления финансовой организации.
16. Этапы процесса разработки инвестиционной стратегии.
17. Контроль в инвестиционном маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.
18. Стратегический контроль на финансовых рынках, его цели и содержание.
19. Общая характеристика комплекса финансово-инвестиционного маркетинга.
20. Классификация финансово-инвестиционных 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 финансово-инвестиционных 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. Инвестиционной стратегии финансовых организаций.
30. Инвестиционные риски.

Критерии оценивания результатов обучения

«зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами методических приемов финансовых расследований по ПОД/ФТ.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры НПА, основ методики расследования, имеет фрагментарное представление об организационных особенностях финансового расследования и полномочиях правоохранительных, надзорных и уполномоченных органов.

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. Финансовый маркетинг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19199-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569113>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие под ред Н.А. Нагапетьянца. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2024. – 282 с.

3. Курникова, И. В. Банковский маркетинг : учебное пособие / И. В. Курникова, В. Э. Савин. - Москва : РИОР, 2023. - 141 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-369-01928-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2031713> – Режим доступа: по подписке.

4. Цифровая культура управления активами в новых бизнес-моделях. – Москва : Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт проблем рынка Российской академии наук, 2025. – 481 с. – ISBN 978-5-605-21425-0.

5. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21466-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572252>

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. 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 «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru/>
5. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
6. ЭБ ОИЦ «Академия» <https://academia-moscow.ru/elibrary/>

Профессиональные базы данных:

Профессиональные базы данных зарубежные

1. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
2. Полнотекстовая коллекция книг eBook Collections издательства SAGE Publications <https://sk.sagepub.com/books/discipline>
3. Полнотекстовая коллекция книг EBSCO eBook <https://books.kubsu.ru/>
4. Ресурсы Springer Nature <https://link.springer.com/>, <https://www.nature.com/>
5. Questel. База данных Orbit Premium edition <https://www.orbit.com>
6. Полнотекстовые коллекции книг издательства American Institute of Physics Publishing (AIPP Ebook) <https://pubs.aip.org/books>
7. Полнотекстовая архивная коллекция журналов издательства American Institute of Physics Publishing (AIPP Digital Archive) <https://pubs.aip.org/>
8. China National Knowledge Infrastructure. БД CNKI Academic Reference (AR) <https://ar.oversea.cnki.net/>

Профессиональные базы данных российские

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>
2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
3. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов <http://www.mathnet.ru>
6. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
8. Электронная библиотечная система социо-гуманитарного знания «SOCHUM» <https://sochum.ru/>

Информационные справочные системы:

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

Ресурсы свободного доступа:

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
2. Министерство финансов Российской Федерации <https://minfin.gov.ru/>;
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
8. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
9. Московская фондовая биржа <https://www.moex.com/>
10. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/> .

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](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 предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельную работу студентов.

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 интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии, лекции-демонстрации).

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций и решение задач, а также текущий контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях проводится экспресс-опрос по изучаемой теме, обсуждение актуальных или сложных вопросов. Практические занятия проводятся с использованием интерактивных технологий в виде решения задач на базе материалов и реальных ситуаций, взятых из корпоративной практики, проведения дискуссий по наиболее актуальным проблемам.

Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, нормативно-правовых актов, регулирующих инвестиционную деятельность в Российской Федерации; выполнение индивидуальных и групповых заданий; выполнение расчетно-графической работы, самоподготовку к участию в обсуждениях. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики. Самостоятельная работа в современном учебном процессе подразумевает ознакомление студента с большим объемом информации на русском и иностранных языках.

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)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории и кабинеты, оснащенные необходимым специализированным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, 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 Комплект специализированной мебели: компьютерные столы 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, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы 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, Microsoft Office Professional Plus

