

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.В.ДЭ.01.02 Финансово-инвестиционный маркетинг

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель изучения дисциплины

приобретение комплексных профессиональных знаний и умений формирования современной инвестиционно-маркетинговой стратегии финансовых организаций, составление прогнозов в области инвестиционно-рыночной конъюнктуры.

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.

Место дисциплины 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.

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.	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.

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	СРС
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
<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	СРС
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
<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

Макарова Н.В.