

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

«30» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДЭ.01.01 ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Финансы и кредит

Форма обучения Очная, очно-заочная

Квалификация Бакалавр

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины «Финансовый 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 «Финансовый 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

Цель 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. Овладение 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 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. 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.

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)	4 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 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
	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, в 7 семестре (4 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов			
		Всего	Аудиторная 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
	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 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 современного российского опыта. К Виде потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения.	Участие в интерактивных формах проведения занятий лекционного типа: дискуссионные вопросы
2.	Финансовые рынки и маркетинговая среда	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.	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.	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	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 финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг	Понятие 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. Оценка эффективности маркетинговых решений	К
5.	Коммуникационная политика финансовых организаций	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.	проектная работа

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.	Знать основы построения комплекса финансового маркетинга в организациях. Знать технологии и инструментарий в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций.	Опрос Реферат Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг »	Вопрос на зачете 1-6, 19-20, 25, 30
	Уметь осуществлять мониторинг состояния де нежно-кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа. Умеет обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию о деятельности финансовых организаций.	Реферат Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Маркетинговые исследования на финансовых рынках»	Вопрос на зачете 7-14
	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.	Реферат Вопросы для устного (письменного) опроса по теме «Коммуникационная политика финансовых организаций	» Вопрос на зачете 15-18, 21-24, 26 29

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

***Пример дискуссионных вопросов
для проведения интерактивных форм занятий лекционного типа***

Тема 1. Понятие, сущность и особенности современного финансового маркетинга. Потребители финансовых услуг.

1. Каковы причины активного развития маркетинга финансовых услуг сегодня?
2. Охарактеризуйте основные этапы развития маркетинга и вклад каждого из них в современную концепцию маркетинга.
3. В чем разница между услугой и продуктом?
4. Какие особенности маркетинга финансовых услуг вы можете выделить?
5. Какие направления развития современного маркетинга невозможны без цифровизации?
6. Какие элементы можно выделить, рассматривая финансовый маркетинг как процесс?
7. Назовите сильные и слабые стороны различных моделей (концепции) маркетинга 4P, 6P, 7P, 4 R и др.

Реферат

- 1 Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды на финансовых рынках.
- 2 Особенности рынка обязательного аудита в РФ.
- 3 Особенности российского рынка инвестиционных услуг.
- 4 Понятие и особенности маркетинга фондового рынка.
- 5 Защита прав потребителей и защита конкуренции на рынке финансовых услуг.
- 6 Ценностный маркетинг на российском финансовом рынке.
- 7 Инновации как способ достижения конкурентного преимущества финансовой организации.
- 8 Нейромаркетинг и его роль на рынке банковских продуктов
- 9 Форсайт-технологии маркетинга на финансовой рынке.
- 10 INFLUENCE- маркетинг как инструмент коммуникации финансовой организации в цифровой среде.
- 11 Контент-маркетинг финансовых услуг.
- 12 Нормкор-маркетинг: за и против.
- 13 Сторителлинг как инструмент взаимодействия с целевыми аудиториями.
- 14 Геймификация как инструмент маркетинговых исследований.
- 15 Управление сообществом бренда финансовой организации в социальных сетях как элемент коммуникационной политики.
- 16 Эмоциональный брендинг и его влияние на лояльность потребителя финансовых услуг.
- 17 Влияние креатива на эффективность рекламных кампаний.
- 18 Программы лояльности для клиентов и сотрудников в российских банках / страховых компаниях
- 19 Тренды социально ответственного маркетинга российских финансовых организаций.
- 20 Оценка эффективности маркетинга в финансовой организации

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

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

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

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры НПА, основ методики исследования, имеет фрагментарное представление об организационных особенностях финансового исследования 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. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
7. 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