

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

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель изучения дисциплины

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

Задачи дисциплины:

1. 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.

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.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК - 1 Способен консультировать клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг ПК - 2 Способен обеспечивать проведение сделок кредитования корпоративных заёмщиков	
ИПК-1.16 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности. ИПК-2.12 Проводит мониторинг финансового рынка и использует методы маркетингового анализа в профессиональной деятельности	Знает мероприятия в области формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций.
	Знает современные тенденции развития финансового рынка и методы оценки эффективности каналов продаж
	Умеет осуществлять мониторинг состояния денежно кредитного рынка, используя методы маркетингового анализа.
	Умеет оценивать эффективность маркетинговых инструментов в деятельности кредитных организаций.
	Умеет определять и оценивать эффективные каналы продаж банковских продуктов.
	Принимает эффективные маркетинговые решения в области продвижения банковских продуктов.
	Применяет современные способы продвижения и продажи финансовых и инвестиционных продуктов и услуг.

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости 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 трудоемкость по дисциплине	72				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (4 курсе) (очно-заочная 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				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: не предусмотрены.**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор:

К.э.н., доцент кафедры ЭАСиФ

Макарова Н.В.