Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра банковского дела и страхования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.5.3 Финансовый маркетинг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.01 Экономика
(код и наименование направления подготовки)

Финансы и кредит
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.В.ДВ.Э.5.3 Финансовый маркетинг*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра банковского дела и страхования
наименование кафедры

протокол № 7 от "14" 02 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра банковского дела и страхования _____ Ж.А. Ермакова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

доцент _____ И.А. Резник
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.01 Экономика _____ О.А. Волохина
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Бигашева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ И.А. Тюлюкина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Резник И.А., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов целостного представления о теории и практике финансового маркетинга как концепции развития маркетинга на финансовых рынках, его роли в решении стратегических и тактических задач банковской, страховой и инвестиционной сферы, основываясь на современных маркетинговых методах и технологиях.

Задачи:

- теоретическое освоение современных направлений финансового маркетинга, маркетинговых концепций на финансовых рынках;

- приобретение практических навыков по сбору, анализу и интерпретации маркетинговой информации; изучению потребителей; формированию выводов, характеризующих состояние и развитие финансовых рынков;

- формирование понимания содержания и сущности мероприятий в области управления и организации финансового маркетинга финансовой организации на рынке, разработкой ее товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.16 Статистика, Б1.Д.Б.17 Эконометрика, Б1.Д.Б.19 Деньги, кредит, банки, Б1.Д.Б.21 Маркетинг, Б1.Д.Б.24 Региональная экономика, Б1.Д.В.3 Страховое дело, Б1.Д.В.5 Деятельность финансовых посредников на рынке ценных бумаг*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-4 Способен осуществлять основные направления банковской деятельности и их технологии сопровождения	ПК*-4-В-1 Применяет характеристики и виды основных банковских продуктов, содержание нормативно-правовых актов и современные технологии продвижения банковских продуктов на рынке	**Знать:** Законодательство Российской Федерации в области банковской деятельности; нормативные правовые акты в области банковского (дистанционного) обслуживания; основные банковские продукты и технологии продаж; **Уметь:** проводить информационно-аналитическую работу по продвижению банковских продуктов на рынке; реализовывать современные технологии продвижения для расширения присутствия банка в информационном пространстве **Владеть:** навыками мониторинга характеристики и видов

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		основных банковских продуктов **Знать:** условия заключения и оформления договоров по предоставлению разных видов финансовых услуг; теоретические и практические аспекты ведения деятельности на денежном, валютном, фондовом рынках; лизинговые, факторинговые и прочие посреднические операции банков **Уметь:** представлять клиентам информацию о процедуре и порядке подготовки и заключения сделок на денежном, валютном, фондовом рынках; о лизинговых, факторинговых и прочих посреднических операций банков **Владеть:** навыками организации процесса подготовки и оформления договорной документации; заключения договора; осуществления взаимодействия с участниками сделки
	ПК*-4-В-3 Владеет навыками производства и реализации основных банковских продуктов	**Знать:** порядок, процедуру производства продуктового ряда и методы реализации банковских продуктов **Уметь:** планировать и организовывать маркетинговые исследования в целях производства и реализации банковских продуктов; осуществлять оценку проектов новых продуктов **Владеть:** навыками реализации банковских продуктов и анализа потребностей в них с целью разработки новых банковских продуктов
ПК*-12 Способен на основе изучения спроса и предложения страховых продуктов определять и осуществлять направления взаимодействия с потребителями страховых услуг	ПК*-12-В-1 Применяет знания теории страхования и рисков, методов исследования и изучения спроса и предложения на страховые продукты	**Знать:** страховое законодательство Российской Федерации; стандарты саморегулируемой организации в сфере финансового рынка; методы статистического исследования с целью изучению спроса и предложения на виды страхования **Уметь:** рассчитывать уровень рисков, влияющий на вероятность наступления страховых событий; анализировать страховые продукты; оценивать спрос на страховые услуги, применяя различные методы исследования **Владеть:** навыками анализа страховых рисков; распределения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		рисков по объектам с учетом вероятности наступления страхового события; навыками подготовки предложений по улучшению и расширению перечня страховых продуктов
	ПК*-12-В-2 Анализирует экономические условия и риски для осуществления взаимодействия с потребителями страховых продуктов, сегментирует потенциальных потребителей	**Знать:** общие принципы оценки страховых рисков; основные приемы исследования рынка (сегментация) потенциальных клиентов **Уметь:** пользоваться статистическими данными для расчета страховых рисков при актуарных расчетах; осуществлять взаимодействие с потребителями страховых продуктов **Владеть:** навыками анализа предложений и условий страховых продуктов на рынке потребителей страховых услуг и способах взаимодействия
	ПК*-12-В-3 Систематизирует информацию о поставщиках страховых продуктов, имеющихся технологиях и программах страхования, изучает платежеспособный спрос на страховую защиту и осуществляет взаимодействие с потребителями	**Знать:** Законодательство Российской Федерации в сферах защиты прав потребителей; теорию и практику страхования, маркетинг в страховании **Уметь:** формировать данные о поставщиках и перечне страховых продуктов, применяемых технологий и программ страхования; разрабатывать предложения по оценке страховых рисков; оценивать эффективность страховых продуктов **Владеть:** навыками анализа о поставщиках страховых продуктов, действующих условий страхования и технологий; навыками изучения платежеспособного спроса на страховую защиту; навыками формирования предложений и оценки возможностей страховой организации в удовлетворении потребностей в страховых продуктах потенциальных потребителей

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**35,25**	**35,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю.*	**108,75**	**108,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Концептуальные основы финансового маркетинга	29	4	4		21
2	Финансовые рынки и маркетинговая среда	29	4	4		21
3	Маркетинговые исследования на финансовых рынках	25	2	2		21
4	Ценовая политика финансовых организаций	31	4	2		25
5	Коммуникационная политика финансовой организации	30	4	4		22
	Итого:	144	18	16		110
	Всего:	144	18	16		110

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Концептуальные основы финансового маркетинга

Финансовый маркетинг как вид маркетинга. Место финансового маркетинга в системе маркетинга и менеджмента. Финансовый маркетинг как философия бизнеса, обеспечивающая стабильное развитие финансовой организации в изменяющихся рыночных условиях. Сущность, принципы и функции финансового маркетинга. Виды финансового маркетинга в зависимости от участников финансового рынка – банковский, страховой и инвестиционный маркетинг и др.

Комплекс финансового маркетинга и его элементы. Общая характеристика элементов комплекса маркетинга, их место в маркетинговой деятельности финансовых организаций (банков; страховых и др.). Стандартизированный и индивидуализированный комплексы финансового маркетинга. Элементы комплекса финансового маркетинга: финансовые продукты и услуги; цена; продвижение. Взаимосвязь элементов комплекса финансового маркетинга.

Раздел 2 Финансовые рынки и маркетинговая среда

Характеристики спроса на финансовых рынках. Анализ динамики и структуры спроса, объемов потребления на финансовых рынках. Классификация видов потребителей на финансовых рынках, их поведение. Особенности взаимоотношения покупателя и продавца на финансовых рынках.

Маркетинговая среда. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга.

Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках. Определение основных конкурентов и их долей на финансовых рынках. Планирование конкурентного анализа на финансовых рынках. Пять сил, определяющих конкуренцию в отрасли по Майклу Портеру. Стратегии конкуренции.

Раздел 3 Маркетинговые исследования на финансовых рынках

Источники маркетинговой информации на финансовых рынках. Планирование и проведение маркетинговых исследований на финансовых рынках. Сегментирование на финансовых рынках. Оценка сегментов финансовых рынков. Позиционирование на финансовых рынках. Планирование и проведение SWOT-анализа на финансовых рынках. Концепция жизненного цикла финансового продукта (ЖЦФП), ее роль в формировании «продуктового портфеля» финансовых организаций.

Формирование продуктовой политики и рыночной стратегии. Оптимизация и обновление ассортимента финансовых продуктов и услуг. Внедрение новых финансовых продуктов и услуг на рынок. Принятие решения об уходе финансового продукта и услуги с рынка. Выбор системы управления финансовым продуктом и услугой.

Раздел 4 Ценовая политика финансовых организаций

Формирование ценовой политики и особенности ценообразования на финансовых рынках. Этапы процесса ценообразования. Анализ ценообразования и структуры цены на финансовых рынках. Стратегии ценообразования субъектов финансовых рынков (банков, страховых и др.). Рыночная корректировка цены (ценовая тактика). Анализ факторов, влияющих на уровень цен на финансовых рынках. Разработка оптимальной системы скидок с цены, используемой субъектами финансового рынка

Раздел 5 Коммуникационная политика финансовой организации

Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках. Изучение и определение задач маркетинговых коммуникаций на финансовых рынках. Особенности формирования коммуникационного комплекса маркетинга на финансовых рынках.

Особенности проведения рекламной кампании для финансовых рынков. Планирование рекламных мероприятий и оценка эффективности финансовой рекламы.

Связи с общественностью («Public Relations» (PR)) и пропаганда («Publicity»), их роль в создании имиджа финансовой организации и их финансовых продуктов и услуг. Планирование и проведение рекламных и PRмероприятий. Изучение и формирование имиджа финансовых организаций (банков; страховых и др.), их деловой репутации.

Стимулирование продаж, его сущность, цели и направления. Механизм стимулирования работников финансовых организаций (банков; страховых и др.) и потребителей финансовых продуктов и услуг. Особенности использования элементов прямого маркетинга финансовыми организациями

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Концептуальные основы финансового маркетинга	4
3,4	2	Финансовые рынки и маркетинговая среда	4
5	3	Маркетинговые исследования на финансовых рынках	2
6	4	Ценовая политика финансовых организаций	2
7,8	5	Коммуникационная политика финансовой организации	4
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Резник, И. А. Банковский маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки Экономика / И. А. Резник; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. банк. дела и страхования. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 912,58 КБ). - Оренбург : ОГУ, 2014. -Adobe Acrobat Reader 6.0. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod all/4299_20140303.pdf

2. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски [Текст] : учебно-практическое пособие / Ю. Н. Юденков [и др.].- 2-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2015. - 318 с. - Библиогр.: с. 286-291. - Прил.: с. 292-318. - ISBN 978-5-406-03951-9.

3. Коваленко, О.Г. Банковское дело и кредитные институты : электронное учебное пособие / О.Г. Коваленко, О.А. Евстигнеева. – Тольятти : Изд-во. ТГУ, 2017. – Режим доступа: https://reader.lanbook.com/book/139608#4

4. Уксусова, М. С. Маркетинг и кредитная политика банков : учебное пособие / М. С. Уксусова, Е. В. Аничева. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2011. — 269 с. — ISBN 978-5-94047-402-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: URL: https://e.lanbook.com/book/63960

5.2 Дополнительная литература

1. Резник, И. А. Банковский маркетинг (сборник задач, логических схем и тестов) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки Экономика / И. А. Резник; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. банк. дела и страхования. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.16 Mb). - Оренбург : ОГУ, 2014. -Adobe Acrobat Reader 6.0 – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod all/4440 20140402.pdf

2. Резник, И. А. Финансовый маркетинг: электронный курс лекций / И. А. Резник - Зарегистрировано в УФЭР ОГУ, № 2974 от 09.12.2021. – Оренбург: ОГУ, 2021. - Режим доступа: https://ufer.osu.ru/index.php?option=com_uferdbsearch&view=uferdbsearch&action=details&ufer_id=2974

3. Исаева, Е. А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Е. А. Исаева. - Москва : КНОРУС, 2016. - 345. : ил. - (Бакалавриат). - Глоссарий: с. 167-171. - Библиогр.: с. 172-174 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-406-00047-2.

4. Куницына, Н. Н. Региональный рынок банковских услуг: проблемы и перспективы развития : монография / Н. Н. Куницына, Е. В. Ситникова. — Ставрополь : СКФУ, 2016. — 191 с. — ISBN 978-5-9296-0835-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: URL: https://e.lanbook.com/book/155609

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2023.
2. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2023.
3. Банковское дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2023.
4. Страховое дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2023.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
2. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
3. Информационный портал - http://www.banki.ru

4. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru
7. Известные бренды и продвижение брендов – http://www.brandtop.ru
8. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
9. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
10. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС[1]
2. Пакет офисных приложений LibreOffice[2]
3. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.
6. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
7. Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей http://edu.garant.ru/garant/study/
8. Резник, И. А. Финансовый маркетинг: электронный учебный курс в системе Moodle / И. А. Резник; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ. - 2021. - Режим доступа: https://ufer.osu.ru/index.php?option=com_uferdbsearch&view=uferdbsearch&action=details&ufer_id=2886

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- Компьютерный класс
- Библиотечный фонд университета
- Интернет-классы университета.

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, для практических занятий, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

---

[1] Для Рабочих станций в редакции «Стандартная» или ОС Astra Linux

2 Включает в себя текстовый процессор для всех видов документов Writer, табличный процессор Calc, программу для создания презентаций Impress, векторный графический редактор для создания блок-схем и диаграмм Draw, редактор формул Math, компонент, предназначенный для создания баз данных Base.