

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №13 от 06 июля 2020 г.*

Кафедра «Маркетинг и коммерция»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,
профиль «Маркетинг в торговой деятельности»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Махачкала-2020

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель - Атаева Таибат Амирахмедовна, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент - Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внешний рецензент - Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества СКФО

Представитель работодателя - Абдурашидова Аминат Магомедкамилъевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан»

Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. №1334, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 5 апреля 2017 года № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программы бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» размещена на официальном сайте www.dgunh.ru

Атаева Т.А. Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности» – Махачкала: ДГУНХ, 2020. - 13 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 03 июля 2020 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности» Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 30 июня 2020 г., протокол № 11

Содержание

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму промежуточной аттестации.....	6
Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	9
Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	10
Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем, профессиональных баз данных.....	10
Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	11
Раздел 9. Образовательные технологии.....	12
Лист актуализации рабочей программы дисциплины.....	13

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Целью изучения дисциплины «Финансовый маркетинг» является формирование знаний и навыков обработки и оценки информации в области финансового маркетинга.

Задачами изучения дисциплины «Финансовый маркетинг» являются:

- изучение способов оценки маркетинговой стратегии предприятий финансовой сферы;
- выработка навыков обработки информации необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью;
- выработка навыков хранения, переработки информации;
- выработка навыков разработки маркетинговой стратегии.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Финансовый маркетинг» как часть планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью	З1 – методы и средства получения и обработки информации	У1 – работать с компьютером как со средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации	В1 – основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами

(коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией		(коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	У2 - возможные стратегии развития и функционирования организаций.	У2 - анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.	В2 - методиками разработки стратегии организации.

1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)			
	Тема 1. Концепции финансового маркетинга	Тема 2. Стратегия и планирование финансового маркетинга	Тема 3. Банковский маркетинг	Тема 4. Международный банковский маркетинг
ОПК-4		+		+
ПК-9	+	+	+	+

код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)			
	Тема 5. Страховой маркетинг	Тема 6. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании	Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг	Тема 8. Инвестиционный маркетинг
ОПК-4	+		+	+
ПК-9		+		

Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.2 «Финансовый маркетинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору Блока Б1.В.ДВ. учебного плана по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг в торговой деятельности» и преподается на 4 курсе

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Мировая экономика», «Статистика», «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 5 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 68 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 34 ч.
для занятий семинарского типа 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 76 ч.

Формы промежуточной аттестации:
1 семестр – экзамен 36 ч.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 14 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 6 ч.
для занятий семинарского типа 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 162 ч.

Формы промежуточной аттестации: экзамен 4 ч.

Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очной формы обучения

№ п/ п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости	
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы	иные аналогичные занятия			
1.	Тема 1. Концепции финансового маркетинга	16	4		4				8	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
2.	Тема 2. Стратегия и планирование финансового маркетинга	22	6		6				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
3.	Тема 3. Банковский маркетинг	18	4		4				10	Тестирование	
4.	Тема 4. Международный банковский маркетинг	14	4		4				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
5.	Тема 5. Страховой маркетинг	16	4		4				8	Тестирование	
6.	Тема 6. Стратегия и планирование маркетинга в страховании	18	4		4				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
7.	Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг	18	4		4				10	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
8.	Тема 8. Инвестиционный маркетинг	18	4		4				10	Тестирование	
	Итого		34		34				76		
	<i>Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)</i>					36				Контроль	
	Итого:					180					

Для заочной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости	
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы	иные аналогичные занятия			
1.	Тема 1. Концепции финансового маркетинга	19			1				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
2	Тема 2. Стратегия и планирование финансового маркетинга	23	1		2				22	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
3	Тема 3. Банковский маркетинг	21							20	Тестирование	
4	Тема 4. Международный банковский маркетинг	21	1						20	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
5	Тема 5. Страховой маркетинг	22	1		1				20	Тестирование	
6	Тема 6. Стратегия и планирование маркетинга в страховании	24	1		2				22	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
7	Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг	22	1		1				20	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
8	Тема 8. Инвестиционный маркетинг	22	1		1				20	Тестирование	
	Итого		6		8	4			162		
	Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)					4				Контроль	
	Всего					180					

Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Автор</i>	<i>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</i>	<i>Выходные данные по стандарту</i>	<i>Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/ точек доступа</i>
I. Основная учебная литература				
1.	Атаева Т.А.	Финансовый маркетинг: учебное пособие	Махачкала, ГАОУ ВО «ДГУНХ», 2018г., 64с.	http://dgunh.ru/content/glavnay/ucheb_deyatel/uposob/up-fgos-14-15-markkomm-33.pdf
II. Дополнительная литература				
а) Дополнительная учебная литература				
1.	Кириченко, Т.В.	Финансовый менеджмент: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018. – 484 с	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573157
2.	Синяева, И.М.	Маркетинг услуг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019. – 252 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403
3.	Балтина, А.	Финансовый менеджмент в секторе государственного управления: учебное пособие	Оренбург : ОГУ, 2017. – 173 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485600
4.	Н.Н. Наточеева, Ю.А. Ровенский, Е.А. Звонова и др.	Банковское дело: учебник для бакалавров	Москва: Дашков и К°, 2019. – 270 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495660
б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)				
1	Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/			
2	Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1 http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/			
в) Периодические издания				

1.	Научно-практический журнал «Практический маркетинг»
2.	Научно-практический журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
3.	Журнал «Российское предпринимательство» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=561724
4.	Журнал «Business Excellence» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=562951
5.	Журнал «Финансовая жизнь» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=464282
з) Информационные базы данных	
1	http:// www. rbc. ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)
2	http:// www. businesspress.ru - Деловая пресса;
3	http:// www. nta –rus. ru - Национальная торговая ассоциация
	http:// www. rtpress. ru - Российская торговля

Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Финансовый маркетинг» рекомендуется ознакомление с аналитическими сайтами и Интернет-ресурсами:

- <http://www.bankclub.ru> — Сайт банковских аналитиков
- <http://www.bankir.ru> — Сайт о банковской деятельности
- <http://www.fd.ru> — Журнал «Финансовый директор»
- <http://www.finam.ru> — Финансовая информация
- <http://www.finanaliz.ru> — Финансовый анализ

Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем, профессиональных баз данных

7.1. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Windows 10
- Microsoft Office Professional
- Adobe Acrobat Reader DC
- VLCMedia player
- 7-zip

7.2. Перечень информационных справочных систем

– Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

7.3. Перечень профессиональных баз данных

Перечень профессиональных баз данных по дисциплине включает:

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org

База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг «Names» - www.crg.li

База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» - www.market-agency.ru

Базы данных Международного валютного фонда - <http://www.imf.org>

Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины «Финансовый маркетинг» используются следующие специальные помещения - **учебные аудитории**:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 5.7 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели.

Доска меловая .

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

2. Помещение для самостоятельной работы № 4.5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

3. Помещение для самостоятельной работы №1.1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

Раздел 9. Образовательные технологии

При освоении дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тестовые задания – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора.

Задачи по анализу конкретной ситуации как для иллюстрации той или иной ситуации, так и в целях выработки навыков применения управленческих решений; обучение, при котором обучающиеся и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций и задач. При данном методе обучения обучающийся самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его.

Внеаудиторная самостоятельная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка тезисов для студенческих конференций и т.д.).

