

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

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол №11 от 30 мая 2019 г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Маркетинг»**

**Уровень высшего образования - бакалавриат**

**Форма обучения – очная, заочная**

**Махачкала-2019**

**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](http://www.dgunh.ru)

Атаева Т.А. Рабочая программа дисциплины «Финансовый маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг» – Махачкала: ДГУНХ, 2019. - 13 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2019 г.

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

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 25 мая 2019 г., протокол № 10

## 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
<b>ОПК</b>	<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ОПК-4</b>	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
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК-9</b>	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

### 1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	владеть:
<b>ОПК-4:</b> 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
<b>ПК-9:</b> 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» и преподается на 4 курсе



**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	14	4		4				6	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
2.	Тема 2. Стратегия и планирование финансового маркетинга	20	6		6				8	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				6	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
5.	Тема 5. Страховой маркетинг	14	4		4				6	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	14	4		4				6	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
8.	Тема 8. Инвестиционный маркетинг	14	4		4				6	Тестирование	
	<b>Итого</b>		<b>34</b>		<b>34</b>				<b>58</b>		
	<i>Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)</i>					<b>54</b>				<b>Контроль</b>	
	<b>Итого:</b>					<b>180</b>					

**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	
	<b>Итого</b>		<b>6</b>		<b>8</b>	<b>4</b>			<b>162</b>		
	<b>Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)</b>					<b>4</b>				<b>Контроль</b>	
	<b>Всего</b>					<b>180</b>					

**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>
<b>I. Основная учебная литература</b>				
1.	Атаева Т.А.	Финансовый маркетинг: учебное пособие	Махачкала, ГАОУ ВО «ДГУНХ», 2018г., 64с.	<a href="http://dgunh.ru/content/glavnay/ucheb_deyatel/uposob/up-fgos-14-15-markkomm-33.pdf">http://dgunh.ru/content/glavnay/ucheb_deyatel/uposob/up-fgos-14-15-markkomm-33.pdf</a>
<b>II. Дополнительная литература</b>				
<b>а) Дополнительная учебная литература</b>				
1.	Кириченко, Т.В.	Финансовый менеджмент : учебник	Москва : Дашков и К°, 2018. – 484 с	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573157">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573157</a>
2.	Синяева, И.М.	Маркетинг услуг : учебник	Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573403">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573403</a>
3.	Балтина, А.	Финансовый менеджмент в секторе государственного управления : учебное пособие	Оренбург : ОГУ, 2017. – 173 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=485600">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=485600</a>
4.	Н.Н. Наточеева, Ю.А. Ровенский, Е.А. Звонова и др.	Банковское дело : учебник для бакалавров	Москва : Дашков и К°, 2019. – 270 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495660">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495660</a>
<b>б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)</b>				
1	Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/</a>			
2	Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1 <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/</a>			
<b>в) Периодические издания</b>				

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

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

База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» - [www.market-agency.ru](http://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](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.urait.ru](http://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.).

Лист актуализации рабочей программы  
дисциплины «Финансовый маркетинг»

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «30» июня 2020 г. № 10

Зав. кафедрой Мамед / Келеметова С.И.

Зав. кафедрой Мамед / Келеметова С.И.

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «29» мая 2021 г. № 10

Зав. кафедрой Мамед / Келеметова С.И.

Рабочая программа пересмотрена,  
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «  »    20   г. №   

Зав. кафедрой    / Келеметова С.И.