

Аннотация дисциплины

«Финансовый маркетинг»

Цель дисциплины:

- формирование у студентов теоретических знаний о современных особенностях маркетинговой деятельности на финансовых рынках и приобретение практических навыков в области стратегического и операционного маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП:

дисциплина «Финансовый маркетинг» является дисциплиной по выбору модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Финансовый менеджмент».

Краткое содержание

Понятие, сущность и особенности современного развития финансового маркетинга. Место финансового маркетинга в структуре экономических и управленческих дисциплин. Основные цели и задачи финансового маркетинга. Базисные концепции финансового маркетинга, их эволюция. Современные виды финансового маркетинга: нейромаркетинг; цифровой, сенсорный, латеральный и другие виды маркетинга. Финансовые рынки и маркетинговая среда. Спрос на финансовых рынках: характеристика, структура, динамика. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды, ее влияние на принятие маркетинговых решений. Маркетинговые исследования на финансовых рынках. Информационная база финансового маркетинга. Основные методики и особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Сегментирование и позиционирование на финансовых рынках. Организация маркетинговой деятельности субъектов финансовых рынков. Подразделения, занимающиеся маркетинговой деятельностью, в структуре финансовой организации, их задачи и функции. Формирование маркетинговых стратегий и плана маркетинга финансовой организацией. Основные виды контроля в финансовом маркетинге. Элементы комплекса финансового маркетинга. Принципы разработки комплекса финансового маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение. Характеристика отдельных элементов комплекса финансового маркетинга: товарная, ценовая, распределительная и коммуникационная политики. Коммуникационная политика финансовых организаций и ее элементы: реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг. Особенности разработки рекламной кампании финансовых организаций. Современные программы PR на финансовых рынках. Управление и стимулирование продажами финансовых организаций. Элементы прямого маркетинга на финансовых рынках: личные продажи, телемаркетинг. Эффективность финансового маркетинга: понятие, виды, критерии и показатели.