Аннотация дисциплины

Маркетинг финансовых услуг

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний о комплексе маркетинга финансовых услуг, проведении маркетинговых исследований на различных финансовых рынках, эффективности инструментов маркетинговой деятельности в сфере финансовых технологий.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина цикла профиля (элективный) модуля 10 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

**Краткое содержание:** Основные парадигмы и этапы эволюции маркетинга финансовых услуг. Особенности маркетинга финансовых услуг. Основные функции, цели и задачи маркетинга в финансовой организации. Современные направления развития маркетинга на рынке финансовых услуг. Маркетинговая информационная система. Формирование информационной базы о клиентах, конкурентах, спросе на финансовые продукты и услуги. Проведение маркетинговых исследований на различных финансовых рынках. Потребители финансовых продуктов и услуг. Сегментирование и позиционирование на финансовых рынках. Маркетинговые стратегии развития финансовых организаций. Планирование маркетинговой деятельности финансовыми организациями. Маркетинговый план финансовой организации. Место департамента маркетинга в организационной структуре финансовой организации. Контроль эффективности маркетинговой деятельности на рынке финансовых услуг. Расширенный комплекс маркетинга финансовой организации. Жизненный цикл финансовых продуктов и услуг. Ценообразование и тарифная политика финансовой организации. Способы и каналы распространения финансовых продуктов и услуг. Методы продвижения финансовых продуктов на рынок. Реклама финансовых услуг. Нестандартные виды продвижения: вирусный и партизанский маркетинг, событийный маркетинг (eventмаркетинг), product placement и т.д. Интернет-маркетинг на рынке финансовых услуг. Управление взаимоотношениями с клиентами финансовой организации. Основные виды финансового маркетинга и особенности их развития: банковский, страховой и инвестиционный маркетинг, маркетинг на рынке ценных бумаг.