

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»**

**Новороссийский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**Инновационные маркетинговые технологии**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность: Финансовый маркетинг

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

**Новороссийск 2021**

Составитель: к.э.н., доцент Т.Г. Марцева

Рекомендованы решением кафедры «Экономика, финансы и менеджмент» протокол № 1 от 26.08.2021 г.

Методические рекомендации к составлены в соответствии с ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Финансового университета при Правительстве РФ № 2325/о от 26 декабря 2017 года.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию у обучающихся стремления к творческому мышлению, к овладению навыками самостоятельной работы современными информационными технологиями.

**Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы**

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Инновационная маркетинговая политика: понятие и особенности использования в России	1. Отраслевые особенности инновационной политики российских предприятий. 2. В чем специфика инновационной маркетинговой политики финансовых организаций в России?	–работа с конспектом лекции; –составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; –подготовка к обсуждению
Тема 2. Инновационный маркетинг как составная часть инновационного менеджмента	1. Раскройте модели принятия инновационных маркетинговых решений в постоянно меняющихся рыночных условиях. 2. В чем особенности использования маркетинговых инноваций финансовыми организациями?	–работа с конспектом лекции, учебником и др. литературой; –изучение законодательства РФ по теме; –составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; –подготовка к участию в дискуссии; –подготовка к решению ситуационных задач
Тема 3. Понятие и сущность инновационного маркетинга на современном этапе	1. Раскройте особенности применения инновационных маркетинговых исследований на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного). В чем особенности использования инновационных методов исследований потребителей на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного)?	–работа с учебником и др. литературой; –составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; –подготовка к участию в обсуждении
Тема 4. Инновационные технологии маркетинга в Интернете	1. В чем особенности поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете для финансовых организаций (на примере банков, страховых, инвестиционных)? 2. Приведите пример использования социальных сетей финансовыми организациями. 3. Раскройте понятие и обоснуйте развитие блогов на современном	–работа с учебником и др. литературой; –составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; –подготовка доклада; –подготовка к участию в дискуссии по проблематике докладов; –подготовка к решению

	этапе.	case-study
Тема 5. Виды инновационного маркетинга	<p>1. Особенности использования вирусного и партизанского, сенсорного, латерального, нейромаркетинга финансовыми организациями (на примере банков).</p> <p>2. Особенности использования вирусного и партизанского, сенсорного, латерального, нейромаркетинга финансовыми организациями (на примере страховых, инвестиционных компаний).</p>	<p>–работа с учебником и др. литературой;</p> <p>–подготовка доклада на «круглый стол»;</p> <p>–подготовка к участию в дискуссии на «круглом столе» по проблемным вопросам темы</p>
Тема 6. Комплекс инновационного маркетинга и его элементы	<p>1. Инновации в ценовой политике организации.</p> <p>2. Инновации в системе распределения организации.</p>	<p>–работа с учебником и др. литературой;</p> <p>–подготовка к деловой игре;</p> <p>–подготовка презентации смультимедиа;</p> <p>–подготовка к участию в дискуссии по проблематике деловой игры</p>

### **Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)**

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ.

#### **Примерный перечень тем контрольной работы**

1. Разработка программы инновационного маркетинга предприятия.
2. Формирование службы маркетинга инновационного предприятия.
3. Маркетинговый анализ инновационного продуктового портфеля организации.
4. Формирование инновационной стратегии предприятия.
5. Построение инновационной конкурентной стратегии. Модель конкурентных сил.
6. Оценка конкурентоспособности инновационного товара.
7. Инновационные управленческие решения в условиях нестабильности развития рынка.
8. Формирование инновационных каналов распределения.
9. Инновационные каналы коммуникаций.
10. Внедрение инновационных рекламных технологий.
11. Внедрение инновационных PR-инструментов.
12. Особенности использования инновационных инструментов в прямом маркетинге.

13. Особенности использования инновационных инструментов в интернет-маркетинге.

14. Особенности использования инновационных инструментов в финансовом маркетинге.

15. Внедрение инновационных инструментов стимулирования продаж.

### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Понятие, цели и задачи инновационной маркетинговой политики.

2. Инновационный потенциал экономики России.

3. Отраслевые особенности инновационной политики российских предприятий.

4. Специфика инновационной маркетинговой политики финансовых организаций в России.

5. Понятие, типы и виды инноваций.

6. Разработка новшества и его коммерциализация.

7. Социально-экономическая сущность инновационной маркетинговой политики.

8. Тенденции развития инноваций в мире.

9. Роль и значение инноваций в маркетинге на современном этапе.

10. Эффективное планирование маркетинговых инноваций.

11. Особенности использования маркетинговых инноваций финансовыми организациями.

12. Основные понятия в инновационном маркетинге, его виды.

13. Роль инструментов инновационного маркетинга в развитии рыночных процессов на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).

14. Основные направлений и этапов проведения исследований в инновационном маркетинге.

15. Особенности применения инновационных маркетинговых исследований на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).

16. Роль маркетинговой информации в исследованиях инноваций.

17. Особенности использования инновационных методов исследований потребителей на финансовых рынках (на примере банковского, страхового, инвестиционного).

18. Особенности управления маркетинговыми инновациями в области анализа рынка, товарной, ценовой и сбытовой политик, маркетинговых коммуникаций (приведите примеры по отдельным направлениям).

19. Характеристика интернет-маркетинга как инновационного вида маркетинговой деятельности.

20. Характеристика омникального маркетинга как современного направления интернет-маркетинга.

21. Особенности использования инновационных технологий маркетинга в соцсетях.

22. Использование социальных сетей финансовыми организациями.
23. Понятие и развитие блогов на современном этапе.
24. Современное развитие различных видов инновационного маркетинга.
25. Особенности использования видов инновационного маркетинга финансовыми организациями (на примере банков, страховых, инвестиционных).
26. Маркетинговые инновации в товарной политике организаций, в т.ч. финансовых.
27. Маркетинговые инновации в ценовой политике организаций, в т.ч. финансовых.
28. Маркетинговые инновации в системе распределения организаций, в т.ч. финансовых.
29. Маркетинговые инновации в коммуникационной политике организаций, в т.ч. финансовых.
30. Маркетинговые инновации в рекламе.

### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, а именно, – Примерные методические рекомендации для студентов по освоению дисциплин образовательных программ высшего образования в соответствии с распоряжением Финуниверситета от 14.05.2014 № 256; Положения о реферате, эссе, контрольной работе, домашнем творческом задании студента по дисциплине (модулю), утвержденные приказом Финуниверситета от 01.04.2014 № 611/о (см. сайт Финансового университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»; подраздел «Методическая работа» – «Распоряжения»/«Приказы Финуниверситета»).