

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

Новороссийский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Международный финансовый маркетинг (на английском языке)

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 1

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<p>Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность</p>	<p>Концепция «зеленого маркетинга и зеленых финансов» на международных рынках. Консюмеризм, протекционизм и защита прав потребителей. Понятие социально-корпоративной ответственности на международных рынках. Основные направления развития отдельных международных рынков. Критерии SMART и IRAC в маркетинговом планировании.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к самостоятельной работе; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии; - ознакомление с кейсом и подготовка ответов на вопросы
<p>Тема 2. Международные маркетинговые исследования</p>	<p>Изучение законодательства Инкотермс. Культурологические особенности моделей потребительского поведения. Digital, латентный, интернет-маркетинг, специфика сбора и обработки информации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к самостоятельной работе, тесту; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии; - работа с правовыми системами, изучение законодательства Инкотермс; - работа с кейсом и подготовка ответов на вопросы
<p>Тема 3. Планирование, организация и контроль международного</p>	<p>Специфика организации, функционирования субъектов международной финансовой деятельности Сбыт как основной показатель</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов

финансового маркетинга	эффективности деятельности коммерческого предприятия. Взаимосвязь сбытовой деятельности и маркетинга.	ответов на контрольные вопросы; - подготовка к участию в дискуссии; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к самостоятельной работе
Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый инструментарий в управлении международной финансовой маркетинговой деятельностью	Специфика маркетинга услуг на международном рынке. Маркетинг впечатлений. Специфика ценообразования. Развитие мобильного маркетинга на рынках развитых стран.	- Работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - изучение законодательства РФ по теме; - подготовка к проектному заданию; - подготовка к самостоятельной работе; - выполнение докладов – презентаций; - выполнение домашней контрольной работы

Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерный перечень тем к контрольной работе

Домашняя контрольная работа выполняется по теме, выбранной студентом:

- Проведение международных маркетинговых исследований:
 - на рынке страховых услуг;
 - на рынке финансовых услуг;
 - на рынке банковских услуг.
- Роль международных финансовых институтов, перспективы развития.
- Международные маркетинговые стратегии на различных рынках (сравнительный анализ).
 - Специфика маркетинга финансовых услуг и продуктов (маркетинговый комплекс).
 - Стратегии ценового поведения финансовых институтов на различных рынках.
 - Методология и план маркетингового исследования международных рынков (сравнительный анализ).
 - Ценовые стратегии финансовых институтов.
 - Посредники на международном финансовом рынке.
 - Стратегии позиционирования на международном финансовом рынке.
 - Организация управление и контроль внешнеторгового представительства
 - Инновационные методы маркетинговых исследований.

Перечень вопросов к зачету:

1. Специфика международного финансового маркетинга.
2. Определения терминов «международный финансовый рынок», «глобальный финансовый рынок», отличия и особенности.
3. Специфика услуги в маркетинге. Маркетинговый комплекс финансовой услуги.
4. Требования, предъявляемые международным финансовым рынком к элементам маркетингового комплекса.
5. Характеристика субъектов международного финансового рынка (можно на примере конкретной страны).
6. Основные особенности и характеристика международной среды на финансовых рынках.
7. Специфика международных маркетинговых исследований финансовых рынков.
8. Характеристика инновационных подходов в исследовательской деятельности финансовых продуктов и услуг.
9. Внешнеторговые организации, регулирующие деятельность международного финансового рынка, их основные цели и задачи.
10. Характеристика и особенности международных маркетинговых коммуникаций на финансовых рынках
11. Понятия «effectiveness» и «efficiency» на международном финансовом рынке, приведите примеры.
12. Маркетинговые стратегии по матрице Ансофф, их использование на международном финансовом рынке.
13. Цели и задачи международных финансовых маркетинговых стратегий. Критерии SMART.
14. Характеристика международных финансовых посредников.
15. Стратегии STP, их роль, значение и специфика для международного финансового рынка.
16. Основные методы позиционирования финансового продукта/ услуги на международном финансовом рынке.
17. Основные решения, которые принимает фирма при выходе на внешний финансовый рынок.
18. Корпоративный маркетинг. Внутренний маркетинг для финансовых институтов.
19. Маркетинг взаимодействия со стейкхолдерами.
20. Характеристика маркетинговых ресурсов на международном финансовом рынке.
21. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности на современном этапе.

22. Специфика маркетинговых каналов на международном финансовом рынке.
23. Модель государственного регулирования рынка ценных бумаг в России.
24. Характеристика профессиональных посредников на финансовых рынках.
25. Социально-корпоративная ответственность на международном финансовом рынке.
26. Значение зеленого маркетинга и зеленых финансов на международном рынке.
27. Организационные формы международной финансовой деятельности на современном этапе. Стратегии работы на внешних рынках.
28. Государственный сектор как клиент на международном финансовом рынке.
29. Сегментация, понятие, критерии, примеры на современном этапе. Онлайн сегментация.
30. Характеристика продукта на международном финансовом рынке, управление продуктом.
31. Жизненный цикл финансовых продуктов, этапы, стратегии, применение.
32. Модель М.Портера и ее применение на международном финансовом рынке.
33. Инновационные методы маркетинговых исследований, on-line & off-line.
34. Риски в международном маркетинге.
35. Виды инвесторов на международном финансовом рынке. Институциональные инвесторы, финансовые риски.
36. Основные стратегии анализа возможностей международного финансового рынка.
37. Модель М.Портера и ее применение на международном финансовом рынке.
38. Брендинг и виды брендов в международном финансовом маркетинге.
39. Маркетинг взаимодействия со стейкхолдерами на международном уровне.
40. Методология, план и состав маркетингового исследования международных рынков.
41. Организация международной маркетинговой деятельности на финансовых рынках.
42. Стратегическое планирование международной финансовой маркетинговой деятельности.
43. Транснациональная структура организации международной маркетинговой деятельности. Выбор транснациональной формы организации.

44. Контроллинг в международной финансовой маркетинговой деятельности. Роль, место в маркетинговом планировании, значение.

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»).