

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра «Логистика и маркетинг»

Калинина Марина Алексеевна

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ
(на английском языке)

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»,
направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»,
«Управление инновациями и предпринимательство», «Управленческий
консалтинг»,
«Управление спортивными проектами», «Проектный менеджмент»,
«Управление проектами государственно-частного партнерства»

Москва 2020

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра «Логистика и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по развитию
образовательных программ

_____ Е.А. Каменева

« 28 » января 2020 г.

Калинина Марина Алексеевна

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ
(на английском языке)

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»,

направленность программы магистратуры

«Финансовый маркетинг», «Управление инновациями и предпринимательство»,
«Управленческий консалтинг»,

«Управление спортивными проектами»; «Проектный менеджмент»,
«Управление проектами государственно-частного партнерства»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и финансов топливно-
энергетического комплекса и Факультета логистики
(протокол № 5 от 21 января 2020 г.)*

*Одобрено кафедрой «Логистика и маркетинг»
(протокол № 6 от 19 ноября 2019 г.)*

Москва 2020

УДК 339.138(073)
ББК 65.5 - 32
К17

Рецензент: Карпова С.В., профессор кафедры «Логистика и маркетинг»

Калинина М.А. Международный финансовый маркетинг (на английском языке). Рабочая программа дисциплины для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг», «Финансовый маркетинг», «Управление инновациями и предпринимательством», «Управленческий консалтинг», «Управление спортивными проектами»; «Проектный менеджмент», «Управление проектами государственно-частного партнерства», очная и заочная форма обучения. – М.: Финансовый университет, кафедра «Логистика и маркетинг», 2019. - 68с.

В рабочей программе дисциплины определены ее цель, место в структуре образовательной программы, требования к результатам освоения дисциплины, содержание программы, семинарских занятий, формы и задания для самостоятельной работы, учебно-методическое и информационное обеспечение.

© Калинина Марина Алексеевна, 2019

© Финансовый университет, 2019

Содержание

1. Наименование дисциплины	5
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	18
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	18
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	20
5.1. Содержание дисциплины	20
5.2. Учебно – тематический план	22
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	26
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	28
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	28
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	30
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	31
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	64
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	66
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	67
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	67
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	68

1. Наименование дисциплины «Международный финансовый маркетинг (на английском языке)»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания (продвинутый уровень) экономической и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления	<p>1. Демонстрирует знания теории и практики управления, а также современных тенденций развития менеджмента, как науки.</p> <p>2. Обладает умением выявлять необходимость изменений в социально-экономических системах и организовывать реализацию таких изменений.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции развития менеджмента на международном финансовом рынке; - комплекс мер по переходу к цифровизации инструментов международного финансового рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сочетать возможности и инструментарий традиционного и цифрового (digital) маркетинга, - владеть современным комплексом маркетинга для использования на международном финансовом рынке, - видеть и формулировать маркетинговые цели, отвечающие принципам IRAC. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы анализа рыночной среды, тенденций развития финансового международного рынка, - специфику глобальной современной социально-экономической среды, - основные тренды развития международного финансового рынка с учетом глобальных

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>3. Критически оценивает и обобщает имеющиеся теоретические концепции, подходы и управленческие практики.</p>	<p>социально-экономических требований.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - своевременно оценить риски в менеджменте при переходе к цифровой экономике на международных финансовых рынках, - принять обоснованные решения при возникновении угроз (по модели SWOT-анализа), - найти необходимые ресурсы для нивелирования форс-мажорных ситуаций. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современную маркетинговую аналитику для анализа событий на международном финансовом рынке, - основные методы и инструменты обобщения имеющихся маркетинговых практик для использования на международных финансовых рынках. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценить ресурсы и возможности аутсорсинга для использования новых современных управленческих практик, - своевременно скорректировать принятые решения, - привлечь необходимые дополнительные ресурсы для своевременной корректировки разработанных стратегий, корпоративных и операционных.
ДКН-1	Способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга	1. Использует методы стратегического анализа на финансовых рынках.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы стратегического анализа на всех этапах выстраивания международной финансовой маркетинговой стратегии, ее оценки и своевременной корректировки, - основные этапы процесса стратегического менеджмента на международных рынках и их характерные особенности, - основной инструментарий стратегического маркетингового управления для всех элементов международного финансового маркетинга.

		<p>2. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести диагностику и структуризацию проблем, - вести квалифицированный контроль за этапами осуществления стратегического международного финансового маркетинга, - своевременно внести соответствующие коррективы при изменении условий как внутренней, так и внешней среды. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговый инструментарий, используемый для управления элементами международного финансового маркетингового комплекса, - основные методики оценки и контроля выполнения всех этапов маркетингового планирования, - условия внешней среды и методы экстраполяции на перспективу. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать возможности международной среды по методологии SWOT, STEEP и других видов анализа при принятии стратегических, финансовых решений, - координировать и сочетать методы маркетинговых и управленческих решений, - осуществлять современный контроль, используя инновационные методы, за своевременным и правильным исполнением решений.
--	--	--	--

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление инновациями и предпринимательством»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ³	Результаты обучения (владения ⁴ , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
-----------------	--------------------------	--	---

³Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

⁴ Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

ДКН-2	Способность организовывать процесс финансирования инновационных проектов	<p>1. Выбирает методы и формы финансирования инновационной деятельности.</p> <p>2. Оценивает стоимость источников финансирования инноваций.</p> <p>3. Применяет современные методы оценки эффективности инвестирования в инновации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современный международный комплекс методов и форм финансирования инновационной деятельности для маркетингового и финансового управления, - основные тренды развития и совершенствования международных моделей финансирования и их оценки. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценить эффективность и своевременность выполнения разных этапов финансирования, - определить уровень потребности в финансировании инновационной деятельности на внешних рынках, - видеть альтернативные финансированию возможности в совершенствовании инновационной деятельности за рубежом. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные отечественные и зарубежные методики оценки источников финансирования инновационной деятельности, - тенденции совершенствования методик оценки с использованием современных инноваций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести необходимые вычисления и оценить стоимость источников финансирования с использованием современных техник на международных финансовых рынках, - оценить и выбрать наиболее подходящий вариант источника финансирования финансовых инноваций. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - какие на современном этапе существуют отечественные и зарубежные методы оценки эффективности инвестирования в инновации, - основные стратегии выбора наиболее адекватного метода оценки эффективности в рамках конкретной отраслевой принадлежности. <p>Уметь:</p>
-------	--	---	---

			<ul style="list-style-type: none"> - оценить современный инструментарий оценки эффективности инвестирования в инновации при работе на международном рынке, - выбрать наиболее подходящий метод оценки в зависимости от ряда параметров организации или компании.
--	--	--	--

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управленческий консалтинг»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ⁵	Результаты обучения (владения ⁶ , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ДКН-4	Способность использовать инструменты стратегического анализа и повышения эффективности и результативности деятельности компаний	<p>1. Использует понятия и принципы концепции управления результативностью (Performance management) для выделения показателей, необходимых для корректной оценки деятельности фирмы</p> <p>2. Демонстрирует навыки разработки и внедрения системы сбалансированных показателей для конкретной</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристики таких показателей как результативность и эффективность (Efficiency, Effectiveness) и их применения на международных финансовых рынках, - их место, роль и значение в международном бизнес-планировании, - основные принципы управления результативностью. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применить и описать показатели Efficiency Effectiveness в бизнес-плане ТНК, - связывать эти показатели с другими показателями, необходимыми для корректной оценки деятельности международной финансовой организации. - разобраться с разными методиками оценки международной финансовой деятельности компании. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общее понимание системы сбалансированных показателей для оценки деятельности фирмы,

⁵Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

⁶ Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>организации</p> <p>3. Применяет программные продукты, используемые для реализации концепции управления результативностью и системы сбалансированных показателей на современных предприятиях.</p>	<p>- методики оценки эффективности, финансовой результативности и других показателей деятельности ТНК,</p> <p>- подходы к разработке системы сбалансированных показателей для конкретной фирмы.</p> <p>Уметь:</p> <p>- оценить предлагаемые методики сбалансированных показателей ТНК,</p> <p>- выбрать и обосновать наиболее подходящую методику для конкретной международной финансовой деятельности, отрасли, специфики фирмы и ее финансового состояния.</p> <p>Знать:</p> <p>- существующие программные продукты, необходимые для оценки деятельности ТНК, отражающие все аспекты ее деятельности,</p> <p>- финансовые и нефинансовые показатели концепции управления результативностью.</p> <p>Уметь:</p> <p>- проанализировать существующие программные продукты с использованием международного опыта для реализации конкретной задачи,</p> <p>- оценить необходимость и обоснованность их применения,</p> <p>- рассчитать бюджет.</p>
--	--	---	---

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление спортивными проектами»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ⁷	Результаты обучения (владения ⁸ , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции

⁷Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

⁸ Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

<p>ДКН-1</p>	<p>Способность анализировать закономерности и тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательств в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов</p>	<p>1. Разрабатывает стратегии развития спортивной индустрии и готовить для их реализации проектную документацию.</p> <p>2. Владеет инструментами управления проектами.</p> <p>3. Демонстрирует навыки выявления рисков реализации стратегии и проектов, формирования действий для минимизации влияния рисков.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные составные части бизнес-стратегии, их финансовую составляющую, развития спортивной индустрии на международных рынках, - состав и содержание проектной документации для реализации стратегий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработать бизнес-стратегию по развитию предпринимательства в спортивной индустрии, - учесть и обосновать факторы окружающей международной внешней, так и внутренней среды при разработке стратегии. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современный инструментарий менеджмента и маркетинга, используемый в смежных отраслях, - отечественные и зарубежные методики оценки каждого из инструментов менеджмента и маркетинга. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применить необходимые модели с учетом специфики отрасли, основных целей и задач, - оценить необходимость и эффективность использования каждого отдельного инструмента или модели. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существующие риски при реализации международных финансовых стратегий и проектов на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов, - методики ранжирования рисков по степени угрозы и приоритетности, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять рисками при реализации международных проектов на финансовых рынках, - спрогнозировать вероятность наступления рисков в финансовой
---------------------	--	---	---

		<p>4. Демонстрирует владение методами построения бизнес-модели компании спортивной индустрии, ее развития и трансформации.</p>	<p>сфере, - своевременно мобилизовать ресурсы для нейтрализации рисков ситуации на международных финансовых рынках. Знать: - основные методики построения бизнес-модели компании спортивной индустрии и физической культуры, - основные составные части бизнес-модели, начиная с целеполагания. Уметь: - видеть и анализировать стратегию развития компании физической культуры и спорта, с учетом сформулированных целей и факторов внешней среды, - своевременно вносить необходимые корректировки в структуру бизнес-модели при возникновении непредвиденных обстоятельств.</p>
ПКН-3	<p>Способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учётом факторов риска и в условиях неопределённости</p>	<p>1. Проводит расчеты эффективности и обосновывает управленческие решения, связанные с осуществлением реальных и финансовых инвестиций, с учетом факторов риска и в условиях неопределенности.</p> <p>2. Применяет инструменты количественного и качественного анализа субъектов управления в целях разработки мероприятий по совершенствованию их деятельности.</p>	<p>Знать: - методики расчета эффективности реальных и финансовых инвестиций с учетом рисков и неопределенности, - основные концепции управленческих решений и стратегии их анализа. Уметь: - адекватно оценить плюсы и минусы осуществляемых реальных и финансовых инвестиций, - осуществить необходимые корректировки в бизнес-стратегии в ситуации увеличения рисков и неопределенности.</p> <p>Знать: - инструментарий маркетинга и менеджмента для проведения количественного и качественного анализа субъектов управления, - методики оценки количественного и качественного анализа. Уметь: - своевременно разработать стратегии и мероприятия по совершенствованию деятельности</p>

		<p>3. Разрабатывает систему диагностики и выявления негативных факторов развития бизнеса организации.</p> <p>4. Реализует способность принятия и реализации управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией.</p> <p>5. Разрабатывает методы анализа эффективности реализации экономических проектов, а также методики их оценки.</p>	<p>компаний в условиях меняющейся среды.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные подходы выявления и оценки негативных факторов развития бизнеса организации, - методики прогнозирования форс-мажорной ситуации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мобилизовать необходимые ресурсы для нивелирования форс-мажорной ситуации, - распределить ресурсы по статьям бизнес-плана для решения непредвиденной ситуации. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы управления рисками для минимизации возможных потерь проекта в процессе его реализации, - структуру возможных рисков и основные методики управления ими. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения в условиях нестабильности и неоднозначности, - управлять снижением возможности наступления непредвиденной ситуации. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы анализа эффективности реализации экономических проектов, - основные методики оценки эффективности экономических проектов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитать экономический эффект от реализации проекта, - выбрать наиболее подходящую методику для конкретного экономического проекта.
--	--	---	---

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Проектный менеджмент»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ⁹	Результаты обучения (владения ¹⁰ , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ДКН-1	Способность руководить процессами проекта и проектом в целом в различных областях, в том числе в условиях изменений и неопределённости	<p>1. Осуществляет руководство малым и средним проектом в целом, в том числе в условиях изменений и неопределённости.</p> <p>2. Осуществляет руководство процессами крупного проекта, в том числе в условиях изменений и неопределённости.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основной управленческий и маркетинговый инструментарий для реализации малых и средних проектов на международных финансовых рынках, - методологию своевременного внесения изменений и корректив в условиях меняющихся внутренней и внешней среды, - существующие глобальные современные риски при управлении малым и средним проектом. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нивелировать по возможности существующие риски при управлении проектами, - адаптироваться к условиям изменяющейся глобальной среды при управлении развитием малого и среднего проекта по управлению финансами. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику крупного проекта, его процессов и управления, - условия финансирования, аутсорсинга и прочее для крупного коммерческого проекта ТНК. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - квалифицированно руководить реализацией отдельных этапов крупного международного финансового проекта и всего проекта в целом, - видеть и вовремя оценивать факторы внутренней и внешней среды с целью своевременного принятия решений по их корректировке, - грамотно взаимодействовать со всеми стейкхолдерами и менеджментом, в том числе, при управлении крупным проектом.

⁹Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

¹⁰ Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

ДКН-3	Способность управлять отдельными процессами и их совокупностью при управлении портфелями и программами проектов	<p>1. Осуществляет управление отдельными процессами и их совокупностью при управлении портфелями проектов.</p> <p>2. Осуществляет управление отдельными процессами и их совокупностью при управлении программами проектов.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику и основные особенности портфеля проектов и программ, - основные методики принятия управленческих решений для портфельных инвестиций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять основными характеристиками портфеля проектов в рамках финансовой и маркетинговой деятельности, - соответствовать основным целям, задачам и миссии организации или компании при осуществлении портфельного управления. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные определения и специфику программ проектов, - отличительные особенности при управлении программами проектов и портфелем проектов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - квалифицированно разделить Программу проектов на составные части – отдельные процессы по заданным критериям, - разработать процесс по обеспечению необходимыми ресурсами для реализации отдельных процессов Программы проектов.
-------	---	--	--

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление государственно-частного партнерства»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹¹	Результаты обучения (владения ¹² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ДКН-2	Способность к инициированию и организации продвижения	1. Демонстрирует навыки анализа рынка инвесторов и операторов, а также понимает мотивы	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы анализа рынка инвесторов и операторов, - формы мотиваций участия

¹¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

¹² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

	<p>социально-значимых проектов, к привлечению и организации внебюджетного финансирования, а также к организации эффективного взаимодействия публичной власти, частного сектора и финансирующих организаций в ходе реализации проектов с использованием механизмов ГЧП</p>	<p>участия бизнеса в решении социально значимых проблем развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.</p> <p>2. Владеет навыками организации проектов ГЧП в различных отраслях инфраструктуры.</p> <p>3. Применяет лучшие зарубежные и российские практики по привлечению частных партнеров, в т.ч. инвесторов, в проекты ГЧП.</p>	<p>бизнеса в решении социально-значимых проблем.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - видеть цели и задачи для развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, - соединять потребности бизнеса с решением социально-значимых задач РФ. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методики организации и управления проектами ГЧП в различных отраслях, - основные принципы теории и практики и построения проектов ГЧП. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработать и запустить проект ГЧП, - соединить потребности и интересы публичной власти, частного сектора и финансирующих организаций. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>лучшие зарубежные и российские практики по привлечению частных партнеров,</i> - <i>основные принципы отбора частных партнеров,</i> - <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать и привлекать частный сектор для участия в проектах ГЧП, - выстраивать взаимовыгодное сотрудничество для решения важных социальных задач.
<p>ПКН-4</p>	<p>Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков</p>	<p>1. Использует методы проектного менеджмента для организации управления проектами различного характера и управления портфелем проектов.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации и осуществления проектной деятельности в организации - методологический инструментарий проектного менеджмента, - основную терминологию проектного менеджмента. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различать менеджмент программ и портфелей проектов, - организовать квалифицированное управление проектами и портфелем

	<p>деятельности экономических систем</p>	<p>2. Демонстрирует владение методами управления бизнес-процессами и их реинжиниринга.</p> <p>3. Реализует способность управления материальными и финансовыми потоками.</p> <p>4. Выявляет риски, существующие в деятельности организации, и управляет ими.</p>	<p>проектов.</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы управления бизнес-процессами, - основные принципы и методики их реинжиниринга. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать управление и реализацию бизнес-процесса, - своевременно привлечь все необходимые ресурсы для успешной реализации бизнес-процессов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные источники и направления движения материальных и финансовых потоков, - основные принципы и методики поиска и управления финансовыми и материальными ресурсами. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать и выстроить взаимовыгодные отношения с источниками материальных и финансовых ресурсов, - оценить их привлекательность, спрогнозировать долгосрочность отношений. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные формы и виды существующих рисков в международной финансовой деятельности, - основные принципы нивелирования и управления рисками с учетом поставленных задач и стратегий маркетинговой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать факторы окружающей среды, используя теорию и практику маркетинга, и предвидеть наступление форс-мажорной ситуации, - видеть и различать структурные, организационные и неструктурные риски и быть готовым к наступлению нестандартной ситуации.
--	--	---	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международный финансовый маркетинг» относится к дисциплинам по выбору направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программ магистратуры «Финансовый маркетинг», «Управление инновациями и предпринимательство», «Управленческий консалтинг», «Управление спортивными проектами», «Проектный менеджмент», «Управление проектами государственного-частного партнерства». Программа изучения дисциплины составлена с учетом требований, установленных соответствующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования.

4. Объем дисциплины

в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг», «Управление инновациями и предпринимательство», «Управленческий консалтинг» очная форма обучения

Таблица 1.1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	5 модуль (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	32	32
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	24	24
Самостоятельная работа	76	76
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» заочная форма обучения

Таблица 1.2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	7 модуль (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	16	16
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление спортивными проектами» очная форма обучения

Таблица 1.3

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	5 модуль (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	24	24
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	16	16
Самостоятельная работа	84	84
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Проектный менеджмент» очная форма обучения

Таблица 1.4

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	4 модуль (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	30	30
<i>Лекции</i>	10	10
<i>Семинары, практические занятия</i>	20	20
Самостоятельная работа	78	78
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», «Управление проектами государственного-частного партнерства» очная форма обучения

Таблица 1.5

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	4 модуль (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	20	20
<i>Лекции</i>	6	6
<i>Семинары, практические занятия</i>	14	14
Самостоятельная работа	88	88
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины «Международный финансовый маркетинг» Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность

Сущность и особенности международного финансового продукта, услуги международного финансового института и их позиция на международном рынке. Цели, задачи, структура стратегических решений на международных финансовых рынках. Специфика международного финансового рынка маркетинг и международный бизнес, понятие глобального маркетинга. Эволюция концепции международного финансового маркетинга (International Marketing Concept Evolution). Требования международной среды: экономические, политические, правовые, культурные, экологические факторы, их влияние на формирование маркетинговых стратегий (STEEP-factor analysis). SWOT-анализ. Использование digital технологий.

Тема 2. Международные маркетинговые исследования

Понятие, сущность и особенности международных маркетинговых исследований финансовых продуктов и институтов (International Market Research). Внедрение новых технологий и digital платформ для проведения маркетинговых исследований. Комплекс международных маркетинговых исследований. Маркетинговая аналитика. Основные этапы проведения. Специфика рынков, барьеры вхождения. Поведение потребителей (Customer's Behavior), особенности ведения бизнеса в разных странах, примеры. Маркетинговая информационная система (Marketing Information System).

Квалификационные требования к уровню и характеру знаний и навыков, предъявляемые к маркетинговому агентству по исследованию международных финансовых рынков. Показатели эффективности (effectiveness) и результативности (efficiency) профессиональной деятельности. Специфика международного финансового маркетинга в России. Влияние цифровых технологий.

Тема 3. Планирование, организация и контроль международного финансового маркетинга

Постановка маркетинговых целей (Marketing Goals), понятие миссии (Mission, Vision), этапы разработки международных маркетинговых стратегий. Сегментация, позиционирование, нацеливание (STP). Особенности разработки и реализации международных маркетинговых стратегий, контроль их исполнения. Ключевые факторы успеха (Key Success Factors). Конкуренция и конкурентоспособность. Модель пяти сил М. Портера (Michael Porter's Model). Контроль в международном маркетинге.

Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый

инструментарий в управлении международной финансовой маркетинговой деятельностью

Специфика глобального финансового продукта (Global product).

Разработка и управление финансовым ассортиментом. Жизненный цикл продукта (Product Life Cycle). Понятие финансовой услуги на внешнем рынке. Матрица И. Ансоффа (I. Ansoff Matrix). Современные подходы к созданию и управлению брендом.

Международная ценовая политика (Global Pricing). Международные аспекты политики ценообразования. Управление ценой.

Система распределения (Distribution Mix). Специфика международной системы распределения. Участники канала распределения и особенности их взаимоотношений. Конфликты в канале распределения и стратегии их разрешения. Стратегии «протягивания» и «проталкивания» (Push and Pull strategies).

Коммуникации в международном финансовом маркетинге (Communication Mix). Роль и значение digital платформы в коммуникациях. Интегрированные маркетинговые коммуникации (Integrated Marketing Communications), основные принципы и современные подходы к их формированию. Международная рекламная деятельность (International Advertising), прямой маркетинг (Direct Marketing), система связи с общественностью (Public Relations). Место и роль PR в международной финансовой деятельности.

5.2. Учебно-тематический план

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг», «Управление инновациями и предпринимательство», «Управленческий консалтинг» / «Управление спортивными проектами», очная форма обучения

Таблица 2

	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Общая	Лекции	Семинары, практ. занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность	27	6/4	2/2	4/2	4/2	20/22	Опрос, решение кейса, доклад, мультимедийные презентации
2.	Тема 2. Международные маркетинговые исследования	27	8/6	2/2	6/4	2/2	16/18	Опрос, проверка результатов домашнего задания, контрольная работа
3.	Тема 3. Планирование, организация и контроль международного финансового маркетинга	27	8/6	2/2	6/4	2/2	16/18	Доклады – презентация, кейс.
4.	Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый инструментарий в управлении международной финансовой маркетинговой деятельностью	27	10/8	2/2	8/6	4/2	24/26	Контрольная работа, тест, кейс
	В целом по	108	32/24	8/8	24/16	12/8	76/84	Контрольная

	дисциплине							работа
	Итого в %					37/33		

Таблица 3

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Проектный менеджмент» / «Управление проектами государственного-частного партнерства» очная форма обучения

	Наименование темы (раздела) дисциплины	Всего	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторная работа					
			Общая	Лекции	Семинары, практ. занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность	27	6/4	2/2	4/2	4/2	21/23	Опрос, решение кейса, доклад, мультимедийные презентации
2.	Тема 2. Международные маркетинговые исследования	27	8/6	2/2	6/4	2/2	19/21	Опрос, проверка результатов домашнего задания, контрольная работа
3.	Тема 3. Планирование, организация и контроль международного финансового маркетинга	27	8/6	2/0	6/6	2/2	19/21	Доклады – презентация, кейс.
4.	Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый инструментарий в управлении международной финансовой	27	8/4	4/2	4/2	4/2	19/23	Контрольная работа, тест, кейс

	маркетинговой деятельностью							
	В целом по дисциплине	108	30/20	10/6	20/14	12/8	78/88	Контрольная работа
	Итого в %					40		

Таблица 4

Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» заочная форма обучения

	Наименование темы (раздела) дисциплины	Всего	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторная работа					
			Общая	Лекции	Семинары, практ. занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность	27	4	1	3	2	23	Опрос, решение кейса, доклад, мультимедийные презентации
2.	Тема 2. Международные маркетинговые исследования	27	4	1	3	2	23	Опрос, проверка результатов домашнего задания, контрольная работа
3.	Тема 3. Планирование, организация и контроль международного финансового маркетинга	27	4	1	3	2	23	Доклады – презентация, кейс.
4.	Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый инструментарий в	27	4	1	3	2	23	Контрольная работа, тест, кейс

	управлении международной финансовой маркетинговой деятельностью							
	В целом по дисциплине	108	16	4	12	8	92	Контрольная работа
	Итого в %					50		

5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9	Формы проведения занятий
Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность	<p>1. Сущность международного финансового маркетинга. Причины возникновения, этапы развития.</p> <p>2. Основная терминология: Международный финансовый маркетинг, глобальный, современное понимание национального маркетинга.</p> <p>3. Глобализация на современном рынке. Становление и развитие. Pros & Cons вопросов глобализации на современном этапе.</p> <p>4. Индекс интернациональности. Международные финансовые компании в условиях интернационализации.</p> <p>5. ТНК, международные финансовые институты; виды транснациональных корпораций, их роль и значение, перспективы развития в условиях цифрового рынка</p> <p>6. Суть и содержание схемы EPRG. Ее роль и значение для международной финансовой маркетинговой деятельности компаний.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	Устный опрос, интерактивная презентация, обсуждение кейсов
Тема 2. Международные	1. Основные понятия международных маркетинговых исследований на финансовых рынках. Формы,	Устный опрос,

<p>маркетинговые исследования</p>	<p>методы и сферы маркетинговых исследований.</p> <p>2. Анализ международной маркетинговой среды. Основные группы факторов окружающей среды, влияющие на стратегические решения в международном финансовом маркетинге.</p> <p>3. Качественные и количественные показатели важнейших факторов окружающей среды, значимых для международной маркетинговой деятельности.</p> <p>4. Методика оценки значимости факторов как внутренней, так и внешней среды для стратегических решений в финансовом маркетинге.</p> <p>5. Современные субъекты маркетинговых исследований на международном финансовом рынке.</p> <p>6. Специфика проведения исследований на современном финансовом рынке.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>интерактивная презентация, обсуждение кейсов</p>
<p>Тема 3. Планирование, организация и контроль международного финансового маркетинга</p>	<p>1. Основное назначение и содержание стратегического планирования на современном финансовом рынке.</p> <p>2. Суть и содержание цепочки маркетингового планирования по модели Ф.Котлера, основные этапы и наполнение.</p> <p>3. Виды организационных структур в зависимости от характера и степени вовлечения в международный финансовый маркетинг.</p> <p>4. Методы финансового анализа экономических процессов международной маркетинговой деятельности.</p> <p>5. Формы проникновения и функционирования на международном финансовом рынке.</p> <p>6. Контроллинг в международной финансовой маркетинговой деятельности.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, интерактивная презентация, обсуждение кейсов</p>

<p>Тема 4. Комплекс маркетинга (Marketing Mix). Маркетинговый инструментарий в управлении международной финансовой маркетинговой деятельностью</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристики финансового продукта, его специфика, формы и виды существования на международном рынке. 2. Специфика маркетинга услуги на международном финансовом рынке. Концепция 7P, ее суть и значение для международного рынка в условиях цифровизации. 3. Коммуникационный комплекс на современном этапе, его специфика, методы, формы существования на международном финансовом рынке. 4. Каналы дистрибуции. Основные модели в зависимости от специфики финансового продукта и условий его существования на международном финансовом рынке. 5. Ценообразование. Объединение финансовых и маркетинговых подходов к стратегии ценообразования на международном финансовом рынке. 6. Оценка эффективности бизнеса. Гибрид маркетинговых и финансовых измерений. Ключевые факторы успеха и функционирования на международном финансовом рынке. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 4-8; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, интерактивная презентация, обсуждение кейсов</p>
---	---	---

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

Таблица 6

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Международный финансовый маркетинг, основные понятия и сущность	<p>Концепция «зеленого маркетинга и зеленых финансов» на международных рынках.</p> <p>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
Тема 2. Международные маркетинговые исследования	<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
Тема 3. Планирование, организация и контроль	<p>Специфика организации, функционирования субъектов международной финансовой</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой;

международного финансового маркетинга	деятельности Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия. Взаимосвязь сбытовой деятельности и маркетинга.	- составление плана и тезисов 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

6.2. 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.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции

Компетенция	Типовые задания
<i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»</i>	
<p>ПКН-1 Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания (продвинутый уровень) экономической и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления</p>	<p>1. Демонстрирует знания теории и практики управления, а также современных тенденций развития менеджмента, как науки.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>@Проанализируйте “pros & cons” глобализации как явления по исследованиям эксперта Нассим Талиб и его книге «Черный лебедь», где он утверждает, что «Глобализация создала взаимосвязанную хрупкость, уменьшив волатильность, и создав видимую стабильность. Финансовые институты сливаются, все банки взаимосвязаны, и когда один упадет – упадут все»... Проанализировав ситуацию, ответьте:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Глобализация финансовых рынков ведет к уменьшению, или к увеличению волатильности, почему? 2. Фирмы с максимальными скрытыми рисками выживают и становятся гигантами, почему? Является ли этот факт случайным или закономерным? 3. Можно ли остановить процесс усложнения финансовых продуктов или заменой простыми? <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Дайте определения и подробно раскройте содержание следующих терминов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Глобальная финансиализация мировых рынков, - Глобализация финансовых рынков, - Секьюритизация на международных рынках, - Дезинтермедиация, - Финансовые инновации, - Финансовый инжиниринг на международных рынках. <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Проранжируйте по приоритетности на современном этапе развития, в условиях цифровой экономики указанные ниже маркетинговые ресурсы. Сравните с периодом доцифровой экономики, что изменилось?</p> <p>Материальные активы компании, нематериальные активы компании, производственные мощности, человеческие ресурсы, владение ноу-хау и лицензиями, доступ к технологиям, устойчивые взаимоотношения со стейкхолдерами, гибкость – способность к изменению, владение предприятием/землей, информационно-аналитические активы, сила</p>

бренда.

Список ресурсов можно продолжить...

Задание 4

@Проанализируйте данную схему и поясните, почему в современных условиях не только маркетинговые источники влияют на успех и эффективность международной финансовой деятельности. Объясните – как соотносятся финансовые и маркетинговые цели.

Финансовые источники стоимости	- увеличение объемов продаж, - операционная маржа, - инвестиции, - объем денежных потоков, - сроки поступления денежных потоков, - длительность поступления денежных потоков, Риск операций фирмы
Маркетинговые источники стоимости	- знание рынка, - обоснованный выбор рынка, - лояльность потребителей, - стратегические отношения, - конкурентные преимущества, - сильные марки.
Организационные источники стоимости	- навыки и умения, - системы, - отношение к лидерству внутри компании, - способы мотивации, - стержневые особенности

Задание 5

- В теории менеджмента долгие годы учили, что для компании всегда, во всех случаях необходимо стремиться к достижению наибольшей доли рынка, даже если придется предлагать большие скидки с цены.

Поясните это высказывание, приведите аргумента «за» и «против» и ответьте на вопрос: Всегда ли наибольшая доля рынка означает и получение наиболее высокой доли прибыли от продаж?

2. Обладает умением выявлять необходимость изменений в социально-экономических системах и организовывать реализацию

таких изменений.

Задание 1

Список Финнерти (Джордж Финнерти составил в конце прошлого столетия) представляет новую социально-экономическую систему, представляющий список инновационных финансовых продуктов и стратегий.

Объясните – в чем инновационность и почему это появилось именно в это промежуток времени (социально-экономическая сущность). Составьте подобный список финансовых инноваций, которые появились позже, и почему, и представьте все это в табличной форме:

Инновации на международном финансовом рынке

Инструмент или стратегия	Характеристика инновации	Причина появления
Инновации на рынке ценных бумаг		
Инновации на банковском рынке		
Инновации для розничных потребителей		
Инновационные стратегии для бизнеса		

Задание 2

Ритейл – стал новым игроком на международном финансовом рынке. Крупные торговые сети все активнее предлагают разного рода финансовые продукты. Сейчас, не выходя из магазина можно оформить кредит, застраховаться, открыть банковский счет. Идея была импортирована с зарубежных рынков (Tesco-Bank).

Соберите информацию, проанализируйте и ответьте на вопросы:

1. Можно ли считать ритейл – новым игроком на международном финансовом рынке? Как можно управлять такой деятельностью?
2. Какие формы сотрудничества ритейла с финансовыми организациями являются наиболее привлекательными?
3. Какова реакция потребителя, стейкхолдеров?

	<p>4. Каковы перспективы развития такого сотрудничества?</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>@На зарубежном и отечественном рынках в последнее время отчетливо проявляется тенденция изменения моделей потребительского потребления. Это осложняет деятельность компаний на многих рынках, но открывает возможности для нового бизнеса, новых продуктов и новых моделей работы со стейкхолдерами.</p> <p>Проанализируйте ситуацию, используя маркетинговые модели (жизненный цикл товара, например), и дайте рекомендации подобным компаниям.</p> <p>3. Критически оценивает и обобщает имеющиеся теоретические концепции, подходы и управленческие практики.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>@Перечислите этапы становления маркетинга, международного и финансового маркетинга, что легло в основу таких преобразований, какие социально-экономические преобразования явились причиной такого развития. Роль потребителя в возникновении и развитии международного финансового маркетинга.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>@Дайте определение и подробно раскройте содержание следующих терминов и понятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Инвестор на международном рынке ценных бумаг, - Институциональные инвесторы, - Экономический анализ, - Финансовый анализ, - Финансовые риски на международном финансовом рынке. <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>@Прочитайте статью «Концепция воспринимаемой ценности» www/powerbranding.ru/osnovy marketinga/ vosprinaemaya ctnnost.</p> <p>Примените описанный там подход для разработки предложений по повышению ценности финансового продукта или услуги на международном рынке.</p>
<u>ДКН-1</u>	1. Использует методы стратегического анализа на финансовых

<p>Способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга</p>	<p>рынках.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Проанализируйте по системе Блумберг инфраструктуру рынка ценных бумаг в США, Великобритании, Франции, Германии, Швеции. Считаете ли правильным утверждение, что «регулятивная инфраструктура рынка ценных бумаг в Великобритании менее жесткая, чем в США, поскольку здесь широко используются неформальные методы регулирования, такие как: договоренности, традиции, согласованный стиль поведения, рекомендации, переговоры и т.д.». Проанализируйте другие страны.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Прокомментируйте следующую информацию: «Цель государственного регулирования рынка ценных бумаг ограничивается защитой экономических интересов государства и инвесторов». Проанализируйте ситуацию в ряде развитых и развивающихся стран.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Рассмотрите деятельность Международной Финансовой Корпорации и ответьте на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое миссия организации. Сформулируйте миссию МФК. 2. Цели, стратегические цели МФК. 3. Перечислите факторы, влияющие на формирование стратегических целей МФК. 4. Основные составные части стратегического анализа организации. 5. Маркетинговые модели и матрицы, используемые для проведения стратегического анализа. <p>2. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>@Назовите и перечислите стратегии защиты финансовых рынков от противоправных действий и мошенничества. Проанализируйте – в чем разница государственного регулирования в разных странах.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Назовите субъекты международного финансового рынка и проанализируйте их с помощью модели конкурентных сил</p>
--	---

	<p>М.Портера.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>@Рассмотрите по материалам системы Блумберг деятельность международного банка Райффайзен - Raiffeisen Bank International.</p> <hr/> <p>Используя матрицу И. Ансоффа рассмотрите маркетинговые стратегии развития, определите, какая из стратегий более всего подходит с учетом мировой и глобальной ситуации, факторов среды, потребительского поведения и других характеристик рынка.</p>
<p><i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление инновациями и предпринимательство»</i></p>	
<p><u>ДКН-2</u> Способность организовать процесс финансирования инновационных проектов</p>	<p>1. Выбирает методы и формы финансирования инновационной деятельности.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Подумайте, при каких условиях для финансирования инновационной деятельности в международном маркетинге на финансовых рынках будет необходима стратегия следования за лидером? Приведите известные Вам примеры из реальной практики, или рассмотрите деятельность компании ИКЕА (IKEA.com) на российском рынке.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Приведите реальные примеры форм и методов финансирования инновационной (например, туристической) деятельности в маркетинге в разных странах. Возьмите для примера США, Россия, Китай, Египет, Греция. Куба. От каких факторов может зависеть размер, форма, метод и источник финансирования?</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Мониторинг трендов – особая инновационная форма маркетинговых исследований, направленная на оперативное выявление новых тенденций в моделях поведения и вкусах потребителей.</p> <p>Посмотрите сайт – www.trendwatching.com или www.thetrendwatching.com , проанализируйте основные направления развития финансовой сферы на мировом рынке, покажите на примере позицию любого финансового института (на Ваш выбор) через 5-8 лет.</p> <p>2. Оценивает стоимость источников финансирования инноваций.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Укажите все правильные ответы. Квалифицированными инвесторами инновационной деятельности</p>

являются:

- 1). Банки,
- 2). Управляющие компании,
- 3). Физические лица, имеющие большой объем вложений в инновационную деятельность других компаний,
- 4). Физические лица, признанные в качестве инвесторов в установленном порядке,
- 5). Любые юридические лица.

Задание 2

@Миллиардер Майкл Уолтер (www.linkedin.com) – человек непубличный, скромно проживающий в одном из престижных районов Чикаго, и мало кто заметил, как ему удалось создать успешную финансовую империю, войти в список Forbes и приобрести бейсбольный клуб.

Проанализируйте деятельность этого человека и его финансовой империи по системе Блумберг, перечислите его финансовые проекты и проранжируйте их по степени приоритетности.

Задание 3

Приведите пример операционного и финансового лизинга на международном рынке. Определите источники финансирования той и другой операции, стоимость услуги.

В чем принципиальная разница этих моделей, как давно используется на международном рынке. Pros & Cons для продавцов и покупателей.

3.Применяет современные методы оценки эффективности инвестирования в инновации.

Задание 1

Проанализируйте деятельность Международной Финансовой Корпорации (IMF.com) и ответьте на следующие вопросы:

1. Какие виды и формы инвестиций Вы знаете?
2. Условия, при которых выгодно инвестировать в инновации.
3. Приоритетные отрасли и формы собственности для инвестиций в инновации.
4. Какие Вы знаете методики оценки эффективности инвестиций.
5. Какое место занимают инвестиции в инновации в общем ряду инвестиционных проектов.

Задание 2

Какое место и значение играет коэффициент ROMI-Return on Marketing Investment в структуре Международного Финансового Маркетинга. Его

	<p>место, значение, методика расчета.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Компания, занимающаяся разработкой специализированного программного обеспечения для банков, работающих на международном рынке, открывает новую вакансию – менеджер по управлению эффективностью маркетинга. Ключевые показатели результативности для других подразделений внедрены и успешно применяются. Вас пригласили на собеседование.</p> <p>Аргументировано покажите – как видите свою работу и компании, какие задачи готовы решать и за какие результаты готовы взять на себя ответственность.</p>
<p><i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управленческий консалтинг»</i></p>	
<p><u>ДКН-4</u></p>	<p>1. Использует понятия и принципы концепции управления результативностью (Performance management) для выделения показателей, необходимых для корректной оценки деятельности фирмы</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Проанализируйте, от каких критериев рыночной деятельности зависит распределение бюджета между различными инструментами комплекса маркетинга на рынке финансовых услуг. Какую роль в данном случае играет концепция жизненного цикла, и какие виды маркетингового воздействия необходимы на каждой из стадий жизненного цикла. Подкрепите примерами.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Определите факторы предложения и спроса (не менее 10ти), оказывающие влияние на цены мирового рынка финансовых услуг, проранжируйте их по степени значимости для рассматриваемой услуги, определите весовой коэффициент и значимость каждого фактора.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Основные факторы результативности в экономической теории фирмы:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) сильные бренды, б) экономия на масштабе, в) прибыль от текущих операций, г) маркетинговые активы.

2. Демонстрирует навыки разработки и внедрения системы сбалансированных показателей для конкретной организации

Задание 1

Проанализируйте деятельность компании International Monetary Fund(IMF) на сайте компании и ответьте на следующие вопросы: Компания регулярно выводит новые продуктовые линейки. В системе учета и контроля эти продуктовые группы рассматриваются как самостоятельные бизнес-единицы с соответствующим планированием экономических результатов.

1. Какую функцию в рамках данной компании выполняет оперативный контроллинг,
2. Что понимается под понятием «стратегическая бизнес-единица»?
3. Предложите варианты повышения эффективности бизнес-планирования и уровня контроля.

Задание 2

Обычно затраты на маркетинг планируются в процентах от объема продаж(один из вариантов). Назовите другие виды расчетов затрат на маркетинг. В случае, если объем продаж к определенному сроку не достигает запланированных действий – Ваши предложения относительно статей бюджета и маркетинговой деятельности?

Задание 3

Определите – какова роль ключевых показателей эффективности в организации маркетинговой деятельности компании, осуществляющей свою деятельность за рубежом. Приведите примеры KPI в области взаимоотношений с клиентами.

3. Применяет программные продукты, используемые для реализации концепции управления результативностью и системы сбалансированных показателей на современных предприятиях.

Задание 1

Дайте определения и приведите примеры коэффициентов «efficiency»и «effectiveness». Приведите примеры таких показателей при разработке маркетинговых планов.

Задание 2

Проанализируйте деятельность организации International Monetary Fund(IMF) на сайте компании и ответьте на следующие вопросы: Компания регулярно выводит новые продуктовые линейки. В системе

	<p>учета и контроля эти продуктовые группы рассматриваются как самостоятельные бизнес-единицы с соответствующим планированием экономических результатов.</p> <p>1. Какую функцию в рамках данной компании выполняет оперативный контроллинг,</p> <p>2. Что понимается под понятием «стратегическая бизнес-единица»?</p> <p>3. Предложите варианты повышения эффективности бизнес-планирования и уровня контроля</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>На примере компании в международной финансовой сфере, достигшей высокие показатели по системе Блумберг, проанализируйте маркетинговые факторы результативности. Постройте цепочку продуктивности маркетинга (драйверы результативности – результаты).</p>
<p><i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление спортивными проектами»</i></p>	
<p><u>ДКН-1</u> Способность анализировать закономерности и тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательств в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов</p>	<p>1.Разрабатывает стратегии развития спортивной индустрии и готовит необходимую для их реализации проектную документацию.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Проанализируйте деятельность аналогичных спортивных организаций в трех разных странах, определите основных клиентов, стейкхолдеров, какая проектная организация необходима для успешного запуска и развития таких организаций.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Дайте понятие маркетинговой стратегии, определите специфику таких стратегий для международных спортивных организаций, определите цели, ресурсы для ее успешной реализации.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Что такое стратегическое планирование? Раскройте основные этапы стратегического планирования международной финансовой маркетинговой деятельности.</p> <p>Рассмотрите деятельность Международного Спортивного Комитета.</p> <p>Какие стратегические решения принимались за последние 8 лет.</p>

Обоснуйте выбор и характер решений, источники финансирования.

2. Владеет инструментами управления проектами.

Задание 1

Разработайте формат бизнес-планирования для отдельной организации, Проведите SWOT-анализ, STEEP-факторный анализ целесообразности запуска данного проекта.

Задание 2

Деятельность любой финансовой компании на современном этапе затрагивает интересы широкого круга индивидов, организаций, общественных групп, то корпоративная стратегия и инструменты управления должны формироваться и реализовываться с привлечением всех заинтересованных сторон.

Проанализируйте деятельность международной финансовой организации по системе Блумберг и заполните следующую таблицу:

Стейкхолдеры финансовой организации	Перечислите их цели, задачи, интересы, мотивации

Задание 3

Загрузите и проанализируйте книгу Федора Афанасьева «Управление проектами в стиле Драйв».

Проанализируйте 7 основных инструментов управления проектом и примените их к деятельности организации на международном финансовом рынке

3. Демонстрирует навыки выявления рисков реализации стратегии и проектов, формирования действий для минимизации влияния рисков.

Задание 1

Проанализируйте систему финансовых рисков на примере конкретной международной организации по системе Блумберг и дайте определения следующим понятиям, приведите примеры:

- системный рыночный риск,

- несистемный или специфический риск,
- инфляционный риск,
- валютный риск,
- кредитный риск,
- риск ликвидности,
- риск мошенничества.

Задание 2

В феврале 2000 года репутация резервного банка Австралии была серьезно подорвана из-за технической ошибки, стоившей, в прямом смысле, миллионы долларов. Сотрудники этого банка на шесть минут раньше положенного срока разослали по электронной почте сообщение об увеличении процентной ставки с пометкой «для немедленного распространения». Валютный и фондовый рынки мгновенно пришли в движение: распродавались государственные облигации, цены на них упали, австралийский доллар, наоборот, вырос. Через четыре минуты после рассылки сообщения сотрудники обнаружили ошибку, но изменить что-либо уже невозможно.

Проанализируйте ситуацию, как можно минимизировать потери в подобных ситуациях?

Задание 3

Проанализируйте деятельность компании «Лаборатория Касперского» www.kaspersky.ru/about

Определите риски, финансовые риски, которые имеет компания и разработайте стратегии их нивелирования.

4. Демонстрирует владение методами построения бизнес-модели компании спортивной индустрии, ее развития и трансформации.

Задание 1

Бизнес-модель во многом зависит от характеристики конкретной стратегической бизнес-единицы. Посмотрите на следующую таблицу и ответьте на вопросы: правильно ли проведено сегментирование, существует ли рыночная ниша на данном рынке, не является ли сегмент слишком мелким или крупными. Проведите такой анализ для конкретной компании спортивной индустрии и ее конкурента и сделайте соответствующие выводы.

Сегмент	Доступные конкурирующие продукты
Бизнес	
Одиночная поездка	Да
Многократные поездки	Да
Поездка с длительным пребыванием	Нет
Отдых	
Одиночная поездка	Да
Семейная поездка	Да
Многократные поездки	Да
Поездки на праздники	Да
Туристы (человек с рюкзаком)	Да
Пожилые люди	Нет

Задание 2

Определите составные части бизнес-проекта в спортивной индустрии. Формат бизнес-модели может быть определен политикой компании. Какая проектная документация, на Ваш взгляд, понадобится?

Какое место в структуре займет Отчет о прибылях и убытках, Баланс оборотных средств, План обслуживания клиентов?

Задание 3

Найдите и проанализируйте таблицу десятка самых дорогих спортивных брендов мира за 2016 год из источника Interbrand (www.interbrand.com/en)

Используйте следующую модель.

Десять самых дорогих брендов мира на 2016 по версии Interbrand

Бренд	Страна происхождения	Сфера деятельности	Стоимость бренда в млн. дол.
Coca-cola	США	Beverages	67.000
Microsoft	США	Computer Software	56.912
IBM	США	Computer Services	56.20

	GE	США	Diversified	48.92
<p>ПКН-3 Способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учётом факторов риска и в условиях неопределённости</p>	<p>И т.д.</p> <p>1. Посмотрите, как компания оценила российские бренды, по каким критериям выстроила рейтинг «Самые дорогие российские бренды».</p> <p>2.Используя данные этих таблиц об оценке стоимости, сравните – во сколько раз ведущие бренды мира «дороже» российских.</p> <p>3. Какую бизнес-модель использует самый успешный спортивный бренд.</p> <p>4. Какие бизнес-модели Вам известны. Как происходит выбор бизнес-модели, критерии и т.д.Как изменилась ситуация на настоящий момент. Какова причина такого изменения?</p> <p>1. Проводит расчеты эффективности и обосновывает управленческие решения, связанные с осуществлением реальных и финансовых инвестиций, с учетом факторов риска и в условиях неопределенности.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Как правило, среди основных препятствий привлечения иностранных инвестиций в Россию выделяют следующие виды рисков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коррупция, - административные барьеры, - сильная бюрократизация страны, - несовершенство законодательства, - низкий уровень развития инфраструктуры, - слабый уровень обеспечения прав собственности, - недостаточное информационное обеспечение иностранных инвесторов, - отсутствие независимой судебной системы, - преступность. <p>Проанализируйте эти риски и определите, как оценивают инвестиционные риски западные топ-менеджеры, работающие на</p>			

Российском рынке.

Задание 2

Проанализируйте, от каких критериев рыночной деятельности зависит распределение бюджета между различными инструментами комплекса маркетинга на рынке финансовых услуг. Какую роль в данном случае играет концепция жизненного цикла, и какие виды маркетингового воздействия необходимы на каждой из стадий жизненного цикла. Подкрепите примерами.

Задание 3

Слабость модели бизнеса «Рог изобилия» заключается в том, что она:

- a) отдает предпочтение созданию модификаций товара, а не ускорению внедрения принципиально новых продуктов,
- b) ведет к снижению оборачиваемости капитала из-за неликвидности многих вариаций товара,
- c) затрудняет работу компании в области мерчендайзинга.

3. Применяет инструменты количественного и качественного анализа субъектов управления в целях разработки мероприятий по совершенствованию их деятельности.

Задание 1

Определите факторы предложения и спроса (не менее 10ти), оказывающие влияние на цены мирового рынка финансовых услуг, проранжируйте их по степени значимости для рассматриваемой услуги, определите весовой коэффициент и значимость каждого фактора.

Задание 2

В целях защиты прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг профессиональные участники рынка должны:

1. Использовать служебную информацию при заключении сделок с ценными бумагами и передавать их третьим лицам,
2. Предоставлять информацию инвесторам о ценных бумагах при их сделках с ценными бумагами,
3. Осуществлять манипулирование ценами на рынке ценных бумаг.

Задание 3

Перечислите известные Вам инструменты количественного и качественного анализа рынка/рынков при выборе стратегий выхода на зарубежные рынки для российской финансовой компании/института.

- 4. Разрабатывает систему диагностики и выявления негативных факторов развития бизнеса организации.**

Задание 1

Проанализируйте деятельность компании International Monetary Fund(IMF) на сайте компании и ответьте на следующие вопросы: Компания регулярно выводит новые продуктовые линейки. В системе учета и контроля эти продуктовые группы рассматриваются как самостоятельные бизнес-единицы с соответствующим планированием экономических результатов.

1. Какую функцию в рамках данной компании выполняет оперативный контроллинг,
2. Что понимается под понятием «стратегическая бизнес-единица»?
- 3 Предложите варианты повышения эффективности бизнес-планирования и уровня контроля

Задание 2

Обычно затраты на маркетинг планируются в процентах от объема продаж(один из вариантов). Назовите другие виды расчетов затрат на маркетинг. В случае, если объем продаж к определенному сроку не достигает запланированных действий – Ваши предложения относительно статей бюджета и маркетинговой деятельности?

Задание 3

Представьте себя в роли консультанта финансовой компании, планирующей выйти на рынок одной из стран Ближнего и Среднего Востока.

Каковы будут Ваши рекомендации относительно возможностей и угроз маркетинговой деятельности стран данного региона. Используйте инструменты количественного и качественного анализа.

- 4. Реализует способность принятия и реализации управленческих**

решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией.

Задание 1

Рассмотрите все возможные факторы как внешней, так и внутренней среды для финансовой компании, желающей начать свою операционную деятельность за границей?

Задание 2

Деятельность профессиональных участников международного рынка ценных бумаг лицензируется лицензией:

1. На осуществление деятельности по ведению реестра владельцев ценных бумаг,
2. Фондовой биржи,
3. Профессионального участника рынка ценных бумаг,
4. Коммерческого банка,
5. Инвестиционного фонда.

Задание 3

Ведению бизнеса на Ближнем и Среднем Востоке традиционно препятствуют ряд факторов, в качестве наиболее серьезных проблем можно выделить следующие:

- неразвитость и перекосы в развитии финансового и земельного рынков, а также рынка труда,
- высокие административные издержки,
- отсутствие равного доступа к ресурсам и экономической инфраструктуре (финансам, электроэнергии, телекоммуникациям, воде),
- социально-экономическая и политическая нестабильность.

Традиционно местные финансовые и банковские институты устанавливают слишком высокие требования для получения ссуд, а также оговаривают слишком большой минимальный объем кредита.

Однако, исламский банктнг имеет определенный потенциал, некоторые последствия могут носить негативный характер. Эти негативные последствия особенно заметны в странах, которые приняли решение о полном переходе на исламские принципы функционирования

	<p>финансовой системы, отказавшись от общепринятых западных принципов.</p> <p>Проанализируйте информацию на ряде источников и ответьте на вопрос – каковы основные характеристики исламских банков, исламского банковского дела и их взаимоотношений с мировой банковской системой.</p> <p>5. Разрабатывает методы анализа эффективности реализации экономических проектов, а также методики их оценки.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Дайте определения и приведите примеры коэффициентов «efficiency» и «effectiveness». Приведите примеры таких показателей при разработке маркетинговых планов.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какова связь операций Банка России на открытом рынке с макроэкономической политикой государства? 2. В каких сегментах финансового рынка Банк России проводит операции на открытом рынке? С помощью каких сделок и инструментов? <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Рассмотрите метрики маркетинговых результатов, дайте определение понятиям «effectiveness» и «efficiency», дайте примеры, позволяющие оценить экономичность и результативность маркетинговой деятельности.</p>
<p><i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Проектный менеджмент»</i></p>	
<p><u>ДКН-1</u></p> <p>Способность руководить процессами проекта и проектом в целом в различных областях, в том числе в условиях изменений и неопределённости</p>	<p>1. Осуществляет руководство малым и средним проектом в целом, в том числе в условиях изменений и неопределённости.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>История успеха регионального ивент-агентства Redday, https://www.business.ru/rubric/110-biznes-keysy-2019, основанного в Красноярске группой бывших КВНщиков. В результате эффективной стратегии развития, внедрения новых направлений и инновационных технологий компания вышла на федеральный рынок и даже попала в</p>

Книгу рекордов Гинесса.

1. Определите специфику проекта Redday.
2. В чем специфика успеха компании. Ключевые факторы успеха.
3. Определите факторы, влияющие на развитие компании.
4. Определите и проранжируйте риски компании в условиях неопределенности.

Задание 2

1. Дайте определение понятия – «стратегическая бизнес-единица».
2. Относится ли данная структура к малому или среднему бизнесу?
3. В чем специфика менеджмента такой структуры?
4. Приведите примеры такой структуры в финансовом секторе экономики.
5. Как определить риски такой структуры. Перечислите условия, при которых существование такой структуры может оказаться нецелесообразны.

Задание 3

Компания Яндекс ищет маркетолога на позицию менеджера по маркетингу технологий, приняв решение о запуске нового проекта. Задача проекта – развивать и продвигать технологии Яндекса. Специалист займется лингвистическими сервисами (Яндекс.СпичКит, Яндекс Спеллер, Яндекс.Перевод, Яндекс.Предиктор, Яндекс.Словарь.

Продемонстрируйте свои знания для запуска следующего проекта. Представьте, что надо сравнить один из указанных выше продуктов с аналогичным продуктом конкурентов. Каких конкурентов Вы можете назвать? Перечислите параметры, по которым будете проводить сравнение.

Каковы ключевые факторы успеха запуска проекта.

2. **Осуществляет руководство процессами крупного проекта, в том числе в условиях изменений и неопределённости.**

Задание 1

Зайдите на страницы Яндекс (www.help.yandex.ru/metrika, описывающие возможности маркетинговой системы «Яндекс Метрика».

Посмотрите – какие возможности отслеживания поведения посетителей условного интернет-магазина предоставляет система.

	<p><i>В чем специфика управления крупным проектом. Проанализируйте поведение основных конкурентов. Проведите позиционирование компании по двум параметрам.</i></p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p><i>Bradford &Bringley – одна из крупных британских строительных компаний, в которой работает большое количество независимых продавцов. Компания ставила своей задачей – стимулирование продаж своих услуг по финансовому планированию и создание и увеличение рынка по стратегии создания филиалов. Строительный рынок в Британии стремительно развивается. Спрогнозировать и предсказать ситуацию на рынке даже в ближайшей перспективе сложно.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. В чем специфика управления крупным строительным проектом?</i> <i>2. От каких факторов зависит размер рынка и динамика его развития?</i> <i>3. Какова специфика управления отдельными процессами и филиалами в разных частях страны?</i> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p><i>Компания ИКЕА, реализуя крупномасштабный проект на международных рынках, ушла от стандартной модели торговли мебелью, предлагая вместо широкого ассортимента мебели сравнительно небольшой ассортимент базовых моделей с достаточно аскетичным дизайном и, зачастую, недолговечным. Доставка и сборка не предусмотрены, хотя ее можно заказать отдельно.</i></p> <p><i>Тем не менее компания дополнила свое предложение уникальными характеристиками, работающими на создание позитивного потребительского опыта.</i></p> <p><i>Определите ключевые факторы успеха проекта, конкурентные составляющие, дополнительную ценность, уровень потребительского удовлетворения.</i></p>
<p><u>ДКН-3</u> Способность управлять отдельными процессами и их совокупностью при управлении портфелями и программами проектов</p>	<p>1. Осуществляет управление отдельными процессами и их совокупностью при управлении портфелями проектов.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое портфель проектов? 2. Назовите составные части портфеля проектов. 3. В чем отличие портфеля проектов от Программы. 4. Что такое субпортфель. 5. Приведите пример портфельных инвестиций в международной маркетинговой и финансовой деятельности.

Задание 2

1. Определите состав международного маркетингового комплекса на финансовом рынке.
2. Каковы функции управления международной финансовой деятельностью как портфелем проектов.
3. В чем специфика управления отдельными элементами маркетинговой деятельности и всем проектом в целом.
4. Назовите критерии эффективности распределения ресурсов по проектам портфеля в международной финансовой маркетинговой деятельности.

Задание 3

Найдите по системе Блумберг новые модели управления портфелем финансовых продуктов, желательно на международных рынках, сделайте презентацию по нескольким из них, определите их сильные и слабые стороны, перспективы развития.

2. Осуществляет управление отдельными процессами и их совокупностью при управлении программами проектов.

Задание 1

Agile – подход к управлению проектами, разработанный лет 8 тому назад, и в настоящее время эта модель транслируется и на менеджмент-маркетинг.

Рассмотрите эту модель как с точки зрения управления отдельными процессами, так и в общем при разработке стратегии выхода на российский рынок (например для туроператора, или другой на Ваш выбор)

Задание 2

Компания TGI Fridays повысила количество и качество выполнения стратегических проектов за счет слаженной работы разных отделов силами маркетинговой команды. Ключом к успеху явилось использование системы оптимизации Wrike.

Проанализируйте деятельность компании Wrike.

<https://www.wrike.com/ru/marketing-project-management/> и определите - как компания помогает в управлении отдельными маркетинговыми процессами и целиком всем комплексом международной финансовой маркетинговой деятельности. Дайте пример Программы маркетинговых проектов. Каковы критерии успешной реализации проектов и программ. В чем отличие программ проектов от

	<p><i>портфельных инвестиций?</i></p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p><i>Что такое «масс-кастомизированный маркетинг», какие процессы и решения входят в его состав. Рассмотрите пример на компаниях Dell и/или Hewlett Packard.</i></p>
<p><i>Для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Управление государственно-частного партнерства»</i></p>	
<p><u>ДКН-2</u> Способность к инициированию и организации продвижения социально-значимых проектов, к привлечению и организации внебюджетного финансирования, а также к организации эффективного взаимодействия публичной власти, частного сектора и финансирующих организаций в ходе реализации проектов с использованием механизмов ГЧП</p>	<p>1. Демонстрирует навыки анализа рынка инвесторов и операторов, а также понимает мотивы участия бизнеса в решении социально значимых проблем развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Supl.biz — торговая площадка для бизнеса, на которой сейчас в основном торгуют металлопрокатом, различным оборудованием, стройматериалами, продуктами питания и одеждой оптом, химией и прочим.</p> <p>Пользователи видят только «верхушку айсберга». 80% кода проекта сейчас составляют служебные панели для наших сотрудников, которые позволяют им делать работу в пять раз быстрее, чем, например, в «Google Таблицах».</p> <p>эти служебные панели и являются ядром нашего бизнеса, потому что сделать платформу для пользователей достаточно легко, а вот самая сложная задача маркетплейса — свести юнит-экономику в плюс.</p> <p>При выходе на зарубежные рынки компания пошла по пути продаж франшиз. Стоимость франшизы складывалась из паушального взноса, который зависит от размера рынка и контракт с франчайзи (с франчайзи – организация компании, Компания Splitz – обучение и внедрение схемы работы, а также преодоление местных особенностей рынка.</p> <p>Проанализируйте деятельность компании и разработайте стратегию работы на других рынках с учетом всех возможных факторов среды.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Перечислите инвесторов для Международной Финансовой Корпорации, определите формы работы с ними, пути расширения этого рынка, специфику работы, сегменты, рыночную нишу.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Подготовьте презентации по приведенным ниже темам:</p> <p>1. Институциональный анализ международных организаций</p>

инвестиционного рынка.

2. Институциональное регулирование инвестиционного рынка России.
3. Инвестиционные стратегии финансовых вложений на фондовом рынке.
4. Инвестиционный рынок и его место в структуре финансового рынка.
5. Особенности условий равновесия на инвестиционном финансовом рынке (международный аспект).

2. Владеет навыками организации проектов ГЧП в различных отраслях инфраструктуры.

Задание 1

Подготовьте презентации и доклады из списка предложенных ниже тем:

1. Мировой опыт формирования эффективных механизмов взаимодействия государства и бизнеса в целях организации маркетинговой деятельности на конкретных рынках.
2. Государственно-частное партнерство в развитии инфраструктуры туризма, спорта, образования, финансовой сфере.
3. Особенности финансирования социальной инфраструктуры.
4. Использование мирового опыта государственно-частного партнерства в России.
5. Институциональные основы развития государственно-частного партнерства в России.
6. Международный опыт реализации проектов государственно-частного партнерства.

Задание 2

Ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое маркетинг проектов ГЧП. Стратегия выбора и нахождения проектов ГЧП.
2. Структура инфраструктурного плана ГЧП.
3. Маркетинг и стратегия развития территорий на примере конкретного региона РФ. Приведите примеры.

	<p>4. Механизм государственной поддержки проектов ГЧП.</p> <p>5. Варианты и условия участия финансовых институтов в проектах ГЧП.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p><i>Рассмотрите сайт журнала www.hjournal.ru, journals 2018-god.</i></p> <p><i>Определите особенности реализации данного проекта, возможности и риски, перспективы реализации и успешного функционирования.</i></p> <p>3. Применяет лучшие зарубежные и российские практики по привлечению частных партнеров, в т.ч. инвесторов, в проекты ГЧП.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Рассмотрите Digest Применение механизмов государственно-частного партнерства для создания инфраструктуры «Умных городов» http://pppcenter.ru/assets/files и ответьте на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое «умный город» 2. Приведите примеры проектов в сфере транспорта и перевозок, в сфере безопасности, в сфере муниципального управления и услуг, экологии, ЖКХ <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>За последние 30 лет частные инвестиции в инфраструктуру (транспортную, социальную, коммунальную и проч.) по всему миру привлечены в рамках нескольких тысяч проектов общей стоимостью более 1,5 трлн. долл. США. Эти цифры отражают преимущества подхода распределения рисков между государством и бизнесом, и наличия стимулов для реализации проектов и последующей эффективной эксплуатации.</p> <p>Найдите информацию в интернет-ресурсах по стратегиям реализации таких проектов, в чем их преимущества и недостатки.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Перечислите отрасли инфраструктуры, где особенно востребовано государственно-частное партнерство, найдите по системе Блумберг лучшие практики реализации проектов, опишите механизмы внедрения.</p>
<p>ПКН-4 Способность руководить проектной и</p>	<p>1. Использует методы проектного менеджмента для организации управления проектами различного характера и управления портфелем проектов.</p>

процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем

Задание 1

Дайте определение проектного менеджмента. Для какой цели и когда началось использование проектного менеджмента как цельной системы. Приведите примеры крупных проектов, реализованных с помощью методов проектного менеджмента и маркетинговым подходом.

Задание 2

Назовите 7 основных методов проектного управления, дайте краткую характеристику каждому из них, и объясните – в чем состоит маркетинговая ориентация в использовании этой методологии.

Задание 3

Социально-экономическая функция международного риска состоит:

- а) в том, что реализация риска может обеспечить дополнительную по сравнению с плановой прибыль в случае благоприятного исхода;
- б) в том, что в процессе рыночной деятельности риск и конкуренция позволяют выделить социальные группы эффективных собственников в общественных классах, а в экономике — отрасли деятельности, в которых риск приемлем;
- в) оба варианта верны.

Ответы обоснуйте.

Задание 4

Морфологическая цепочка рисков показывает взаимосвязь и взаимозависимость рисков, то есть идентифицируя один риск, проще определить другие риски, являющиеся его следствием. Логистические риски – это риски выполнения логистических операций транспортировки, складирования, грузопереработки и управления заказами и риски логистического менеджмента на разных уровнях, возникающие при выполнении логистических функций и операций.

.Заполните второй и третий столбцы таблицы и объясните каждую из подсистем.

Морфологическая таблица логистических рисков компании

Наименование логистических подсистем	Риск	Вариант решения проблемы
Закупки		
Транспортировка		
Хранение		

Материально-техническое снабжение		
-----------------------------------	--	--

Задание 5

Понятие стратегического риска в международной финансовой сфере. Причины и факторы возникновения. Базовые принципы управления стратегическим риском. Этапы и методы управления стратегическим риском.

Рассмотрите на примере международного банка, оаботающего на нескольких рынках.

2. Демонстрирует владение методами управления бизнес-процессами и их реинжиниринга.

Задание 1

Маркетинговая цель проекта – удовлетворение заказчика качеством продукта, которого можно добиться при помощи непрерывного процесса улучшения всех аспектов проекта, основанном на тщательном анализе показателей.

Для этого было предложен процесс из 5 шагов, известных как DMEDI (Define-Measure-Explore-Develop-Improve).

Дайте характеристику каждой стадии, объясните ее значимость, приведите примеры конкретного проекта.

Задание 2

Сравните две методологии проектного менеджмента – Kanban и метод 6 сигм (Six Sigma). Дайте определения, рекомендуемые условия применения каждой из них, сильные и слабые стороны. Используя одну из методологий – разработайте маркетинговый проект по выводу на международный рынок нового (финансового) продукта, оцените затраты, предполагаемые преимущества, риски.

Задание 3

В методологии проектного менеджмента при реализации маркетинговых проектов на международном рынке есть один из методов, где в качестве основного требования выдвигается требование тщательного измерения и контроля показателей проекта при их реализации – без этого невозможно постоянное долгосрочное улучшение процессов реализации проекта.

Назовите этот метод и дайте пример его использования в международной маркетинговой деятельности.

Задание 4

Какая маркетинговая методология подходит для оценки реализации проекта (любого). Назовите методы маркетинговых исследований, показатели измерения результатов, критерии оценки.

Задание 5

Назовите сильные и слабые стороны концепции 6 сигм (Six Sigma). Объясните – как слабые стороны данного метода могут демотивировать команду сотрудников. Приведите примеры, используя маркетинговые концепции.

3. Реализует способность управления материальными и финансовыми потоками.

Задание 1

НАСА – не единственная государственная организация, которая внесла вклад в развитие проектного управления. Британское Правительство давно оценило эффективность проектного управления, и в 1989 году была создана британская методология PRINCE2.

Название произошло от акронима «**PR**ojects **IN** Controlled **E**nvironments **version 2**», что переводится как «Проекты в контролируемой среде версия 2». Если сравнивать PRINCE2 другими продуктами, то его можно сравнить с гибридом классического подхода к проектному управлению и концентрации на качестве из 6 сигм.

1. Нарисуйте схему процессов методологии PRINCE2.
2. Перечислите и прокомментируйте необходимые ресурсы (материальные и финансовые) для успешного и полного применения данного метода.

Задание 2

1. Какая из методологий проектного менеджмента более всего ориентирована на масштабные государственные проекты и крупные организации? Почему?
2. Определите источники материальных и финансовых ресурсов для реализации крупных проектов?

Задание 3

Процесс управления созданием продукта представляет собой взаимодействие менеджера проекта и менеджера команды по созданию одного из продуктов проекта. В обязанности менеджера проекта в данном процессе входит делегирование полномочий по созданию продукта менеджеру команды и приемка созданного продукта. В ходе данного процесса менеджер проекта предоставляет Управляющему комитету всю необходимую информацию для оценки результатов пройденной стадии и принятия решения о переходе на следующую

стадию.

1. Нарисуйте жизненный цикл проекта (продукта), Объясните его смысл и назначение, определите его основные стадии, маркетинговые решения на каждой из стадий.

Задание 4

Перечислите финансовые документы компании, характеризующие ее деятельность. Какие из документов более всего отражают информацию о финансовой устойчивости организации и почему?

Задание 5

Международная финансовая корпорация (МФК). Эта создана в 1956 г. и представляет собой специализированное учреждение ООН. Формально МФК считается независимой от МБРР, является самостоятельным юридическим лицом со своим уставом и собственными ресурсами. Однако фактически МФК — филиал МБРР.

Назовите основные функции и задачи, относящиеся к обеим организациям. Как компания управляет материальными и финансовыми потоками. Подкрепите примерами.

4. Выявляет риски, существующие в деятельности организации, и управляет ими.

Задание 1

Перечислите риски компании при выходе на международный (финансовый) рынок. Используйте критерии IRAC при описании и систематизации рисков. Приведите примеры.

Задание 2

Один из видов рисков, особенно на международном финансовом рынке – репутационный. Этот риск (для банка, например) тем выше – чем сильнее зависимость от привлеченных средств. Потеря доверия со стороны стейкхолдеров может привести к оттоку средств и неплатежеспособности.

Разработайте набор методов, средств и рекомендаций по поддержанию репутации банка и его надежности.

Задание 3

Один из видов маркетинговых рисков на международном финансовом рынке – риск внедрения новых продуктов на новом рынке (стратегия диверсификации по матрице И.Ансоффа). Специфика риска –

вероятность не достичь запланированного уровня окупаемости новых банковских продуктов, услуг, операций, технологий.

Перечислите и опишите маркетинговые исследования и другие виды маркетинговых активностей, которые необходимо проводить с целью минимизации этой группы рисков.

Задание 4

Считается, что больше всего рисков среди всех функций маркетинговой деятельности – это в дистрибуционных каналах, особенно, если речь идет о международной финансовой деятельности.

Перечислите всех игроков в канале дистрибуции, объясните, почему производитель и конечный пользователь являются участниками канала, предложите возможные варианты по минимизации и управлению этой группой рисков.

Задание 5

Отметьте в таблице верные/ложные утверждения. Обоснуйте свой выбор.

Утверждение	Верно	Ложно	Обоснование
Маркетинговые цели компании связаны с поведением целевой группы на международном финансовом рынке			
При косвенном экспорте компания самостоятельно организует все, что связано с экспортом продукта/услуги и его выведением на внешний рынок.			
При иерархических формах выхода на внешний рынок партнеру по бизнесу передаются привилегии, ноу-хау, предоставляются сервисные услуги и персонал.			
Приобретение означает внутреннее расширение компании за рубежом.			
Основные преимущества совместного предприятия заключается в лучшем обеспечении сохранности ноу-			

	хау.				
--	------	--	--	--	--

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.

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная и дополнительная учебная литература

Основная литература:

1. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. ... Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 398 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432949> (дата обращения: 22.11.2019). - Текст: электронный.
2. Современные тенденции развития и антикризисного регулирования финансово-экономической системы: монография/ под ред. проф.Б.Б. Рубцова и П.С. Селезнева. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 180 с. – ЭБС ZNANIUM.com.

- URL: <http://znanium.com/catalog/product/464845> (дата обращения: 16.12.2019). - Текст : электронный.
- Дополнительная литература:
3. Управление маркетингом: учебник и практикум: для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы высшего образования по направлению подготовки "Торговое дело", "Менеджмент" (уровень бакалавриата) / Д.В. Тюрин [и др.]; Гильдия маркетологов ; под общей ред. С.В. Карповой, Д.В. Тюрина. - Москва: Дашков и К, 2017. - 366 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/937261> (дата обращения: 27.12.2019). - Текст: электронный.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитарян. - Москва: Юрайт, 2017, 2019. - 404 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433737> (дата обращения: 18.09.2019). - Текст : электронный.
5. Баранова А.Ю. Мировая экономика и финансовые отношения в условиях глобализации: учебное пособие / А.Ю. Баранова. - Москва: Инфра-М, 2014. - 106 с. – Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/425619>. - Текст : электронный.
6. Урясьева Т.И. Финансовые технологии в маркетинге: учебное пособие / Т.И. Урясьева. - Москва: Вузовский учебник, 2013. - 200 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/394709> (Дата обращения: 18.03.2019). - Текст: электронный.
7. Гусева, И.А. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для академического бакалавриата / И.А. Гусева ; Финуниверситет. - Москва :

Издательство Юрайт, 2017. — 347 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - Текст : непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433417> (дата обращения: 30.10.2019). – Текст : электронный.

Периодические издания

1. Маркетинг.
2. Маркетинг в России и за рубежом.

8.2. Иностранная периодика

1. BusinessWeek.
2. Journal of Marketing.
3. The Economist.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. 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»).

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем .

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

Windows Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint)

Антивирус ESET ENDPOINT SECURITY

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- «КонсультантПлюс», «Гарант».

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации – не предусмотрено.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Учебно-лабораторное оборудование:

- персональный компьютер;

- проектор.

2. Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале Финансового университета и доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.