

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве РФ»
Новороссийский филиал Финуниверситета**

**Методические материалы по подготовке к ГИА
по программе магистратуры 38.04.02: «Финансовый маркетинг»**

Новороссийск 2024

Содержание

1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен.....	3
1.1 Вопросы на основе содержания общепрофессиональных дисциплин программы магистратуры.....	3
1.2 Вопросы на основе содержания программы «Финансовый маркетинг».....	5
2. Основные формулы для расчета практико-ориентированных заданий.....	8
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену.....	9
4. Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена.....	10

1. Перечень вопросов для подготовки к ГИА по программе магистратуры 38.04.02: «Финансовый маркетинг»

1.1 Вопросы на основе содержания общепрофессиональных дисциплин программы магистратуры

1. Основные этапы развития знания об управлении организацией. Основные школы и направления. Понятие организации. Классификация и виды организаций. Законы развития организации. Жизненный цикл организации. Особенности управления организацией на различных этапах ее жизненного цикла. Миссия и цели организации.

2. Методы качественных исследований в маркетинге: основные понятия, виды и классификация. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации. Факторы воздействия на организацию. Прямые и косвенные факторы. Методы исследования внешней и внутренней среды организации. Организационная культура как фактор внутренней среды организации. Виды организационных культур. Роль и значение организационной культуры в современном менеджменте. Влияние организационной культуры на эффективность деятельности организации.

3. Альтернативные модели поведения фирмы. Максимизация прибыли, максимизация продаж, максимизация роста, управленческое поведение. Особенности оценки эффективности управленческого решения, составляющие эффективности.

4. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Теория управления рисками. Цели и задачи управления рисками. Принципы управления рисками. Внешний и внутренний мониторинг рисков. Функции управления рисками. Планирование в системе управления рисками. Основные этапы риск - менеджмента.

Приемы и способы снижения рисков. Уход от рисков, минимизация рисков, передача рисков, принятие рисков. Методы управления рисками в различных сферах деятельности и на различных стадиях жизненного цикла корпораций. Диверсификация, лимитирование, страхование и хеджирование.

5. Основные этапы развития знания об управлении организацией. Выделение существенных признаков и современные подходы к ее изучению: ключевая идея, базовые понятия, инструменты. Новые типы организаций: виртуальные, многомерные, фрактальные и пр.

6. Стратегический процесс: последовательность и инструменты стратегического менеджмента. Стратегическая ориентация и принципы управления. Стратегический анализ, стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль. Корректировка стратегии.

7. Корпоративная культура: технологии управления и формирования. Ключевые факторы, оказывающие влияние на формирование корпоративной культуры. Управление корпоративной культурой. Инструменты управления персоналом. Основные этапы работы по формированию и развитию корпоративной культуры.

8. Сравнительный анализ жизненного цикла организации, проекта, товара, технологии. Основные этапы жизненного цикла по Адизесу: признаки и управленческие риски. Этапы жизненного цикла по Л. Грейнеру.

9. Критерии эффективности управления организацией: основные подходы и методологии.

Условия и факторы качества управленческих решений. Требования, предъявляемые к качеству и содержанию управленческих решений (реальность, устойчивость к возможным ошибкам, контролируемость и т.п.). Наиболее общие пути повышения эффективности управления. Значение стандартизации процессов управления качеством процесса разработки и принятия управленческого решения. Понятие «супероптимальное решение».

10. Оценка эффективности организации: эволюция комплексного подхода. BSC-подход и подход Рамперсада (персональные стратегические карты)

11. Управление изменениями. Основные подходы: технологии и средства развития организации. Принципы управления изменениями. Общий порядок управления изменениями. Подходы к управлению изменениями по признаку направленности изменений. Классификация подходов управления изменениями по принципу временности изменений. Модели изменений.

12. Управление технологическими и интеллектуальными ресурсами организации: подходы и технологии. Интеллектуальный капитал, технические (технологические) знания, освоение технологий.

13. Экономика знаний и требования к управлению нематериальными активами. Функция управления знаниями. Этапы приобретения и усвоения новых знаний. Управление интеллектуальными ресурсами. Новаторские коллективы (команды).

14. Понятие и принципы построения самообучающихся организаций. Социально-психологические особенности формирования культуры самообучающейся организации. Признаки самообучающейся организации. Корпоративная культура и система мотивации.

15. Удовлетворенность трудом, климат и организационное поведение. Методы исследования удовлетворенности сотрудников в организации. Инструменты управления включенным поведением разных типов сотрудников организации. Организационный климат. Факторы, влияющие на чувство удовлетворенности работой.

16. Инновации в организации. Влияние нововведений в организации на поведение сотрудников. Классификации нововведений по Н.А. Ильиной. Схема компонентов организации, подверженных изменениям. Организационное восприятие. Сопротивление нововведениям.

17. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия управленческих решений. Типология инструментов стратегического анализа. Стратегический анализ окружающей среды. Методы оценки состояния рыночных позиций. Суть и содержание понятий «качество управленческой деятельности», «качество управленческого решения». Значение стандартизации процессов управления качеством процесса разработки и принятия управленческого решения.

18. Анализ методов и источников приобретения устойчивых конкурентных преимуществ. Методы оценки состояния рыночных позиций. Анализ стратегических групп. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера. концепции, охватывающие основные источники формирования конкурентного преимущества фирмы.

19. Влияние затрат на привлечение капитала на рыночную оценку и риски компаний.

Особенности затратного подхода, его преимущества и недостатки. Рыночная стоимость бизнеса как разность рыночной стоимости его активов и обязательств.

Методика накопления активов. Особенности оценки нематериальных активов предприятия. Оценка зданий и сооружений. Три вида износа зданий и сооружений.

Оценка товарно-материальных запасов. Товарно-материальные запасы и их классификация. Методы их оценки.

Оценка дебиторской задолженности. Дебиторская задолженность и ее классификация. Методы оценки.

Оценка финансовых активов. Финансовые активы и их классификация. Источники информации. Оценка долговых ценных бумаг: облигаций, векселей. Оценка долевых ценных бумаг: обыкновенных и привилегированных акций.

Расчет стоимости компании методом чистых активов.

20. Формирование экономической прибыли и экономической добавленной стоимости. EBITDA: особенности показателя и алгоритм расчета. Оценка кредитоспособности компании. Оценка инвестиционной привлекательности компании. Оценка финансового положения компании.

1.2 Вопросы на основе содержания программы «Финансовый маркетинг»

1. Инвестиционные процессы в компании как специфический объект управления.

Цели и задачи инвестиционного анализа. Информационная база инвестиционного анализа. Основные концепции, используемые в инвестиционном анализе. Методы инвестиционного анализа. Структура инвестиционного анализа. Место инвестиционного анализа в системе комплексного экономического анализа производственной, финансовой и инвестиционной деятельности организации. Связь работ по разработке финансовой стратегии, анализу отчетности, финансовому анализу, планированию с инвестиционными решениями.

2. Влияние затрат на привлечение капитала на рыночную оценку и риски компаний.

Особенности затратного подхода, его преимущества и недостатки. Рыночная стоимость бизнеса как разность рыночной стоимости его активов и обязательств.

Методика накопления активов. Особенности оценки нематериальных активов предприятия. Оценка зданий и сооружений. Три вида износа зданий и сооружений.

Оценка товарно-материальных запасов. Товарно-материальные запасы и их классификация. Методы их оценки.

Оценка дебиторской задолженности. Дебиторская задолженность и ее классификация. Методы оценки.

Оценка финансовых активов. Финансовые активы и их классификация. Источники информации. Оценка долговых ценных бумаг: облигаций, векселей. Оценка долевых ценных бумаг: обыкновенных и привилегированных акций.

Расчет стоимости компании методом чистых активов.

3. Модель оценки капитальных активов (CAPM).

Финансовое прогнозирование. Прогнозирование доходов, расходов и инвестиций. Структура денежного потока. Расчет требуемой величины собственного оборотного капитала. Определение требуемой величины заемного капитала. Расчет денежного потока для каждого прогнозного года.

Определение ставки дисконтирования. Модель оценки капитальных активов. Модель кумулятивного построения. Модель средневзвешенной стоимости капитала.

4. Финансовое состояние компании и риск банкротства.

Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. Характеристика финансовой макро- и микросреды. Финансовые риски как угроза денежных потерь. Предпринимательский риск и конкурентная экономика.

Сущность и функции предпринимательских рисков. Риск как проявление последствий принятых хозяйственных решений в условиях неопределенности. Рисковая ситуация и принятие решений с учетом количественной и качественной оценки риска.

Классификация предпринимательских рисков. Распределение рисков по определенным признакам для достижения установленных целей. Место отдельных рисков в их общей системе и возможность применения соответствующих методов управления ими.

5. Операционный анализ и управление затратами.

Основы анализа бизнес-процессов: постановка задачи, обоснование необходимости проведения анализа, выбор методологии и распределение ролей участников анализа. Проведение анализа бизнес-процессов: составление перечня анализируемых факторов, сбор информации, составление отчета и разработка рекомендаций для руководства. Общие характеристики основных и специализированных нотаций моделирования бизнес-процессов. Иерархия уровней моделирования: модели предприятия в целом, отдельного процесса и потока работ. Методы сбора информации для составления моделей.

6. Формирование оптимального смешанного инвестиционного портфеля как критерий эффективности управления инвестиционными процессами компании.

Портфель инвестиционных проектов: понятие, типы и особенности. Инвестиционная программа организации. Основные этапы формирования инвестиционной программы. Поиск идей и разработка проектов. Предварительная фильтрация и отбор проектов. Методы и критерии отбора инвестиционных проектов для формирования портфеля. Проблема противоречивости критериев.

7. Прибыль как ключевой источник финансирования деятельности компании.

Финансовый результат как цель хозяйствования. Оценка финансовой результативности. Эффективность бизнеса и стоимость предприятия.

Источники финансирования предпринимательской деятельности и их классификация. Источники финансирования текущей деятельности. Источники финансирования инвестиционной и финансовой деятельности хозяйствующего субъекта. Собственные, заемные и привлеченные средства. Сущность, значение и функции прибыли.

Распределение прибыли в коммерческих организациях. Основные направления использования чистой прибыли коммерческих организаций.

Методы планирования прибыли: метод прямого счета, аналитический метод.

8. Критерии эффективности использования капитала.

Основной капитал и капитальные вложения.оборотный капитал и оборотные средства корпорации. Эффективность использования оборотных средств.

Увеличение стоимости компании как стратегическая цель и критерий оценки стратегических финансовых решений. Условия сбалансированного роста компании. Оценка устойчивых темпов роста.

Критерии эффективности использования капитала. Рентабельность активов, продаж и рентабельность капитала.

9. Финансовая политика фирмы и ее значение.

Определение финансовой политики и её значение в развитии фирмы. Задачи финансовой политики. Финансовая стратегия и финансовая тактика. Рациональное

сочетание доходности и риска. Выбор способов финансирования компании. Диагностика финансового состояния как основа модели механизма эффективного управления финансами.

Цели и задачи формирования финансовой политики. Принципы и основные этапы формирования финансовой политики. Перспективы развития фирмы. Определение потребности и обеспечение финансовыми ресурсами.

10. Инновации как условие конкурентоспособности фирмы.

Сущность и факторы инновационной деятельности. Инновационные цели, проекты и программы.

Принципы организации инновационной деятельности. Особенности инновационных стратегий организации.

Финансовый механизм инновационного развития. Инновационная деятельность как объект инвестирования. Оценка доходности инновационных проектов.

11. Маркетинговые исследования на финансовых рынках: цели и задачи, методы и принципы, этапы и особенности проведения. Внешняя маркетинговая среда финансовой организации. Процесс проведения маркетинговых исследований. Средства обработки, анализа и представления маркетинговых данных. Технологии проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.

12. Исследование потребителей финансового рынка. Изучение привычек и предпочтений потребителей. Сегментация потребителей финансовых услуг. Исследование клиентского пути (Customer Journey Map). Оценка удовлетворенности и лояльности клиентов (CSI, NPS). Создание оптимальных параметров финансового продукта.

13. Методы оценки «продуктового портфеля» финансовой организации. Жизненный цикл продукта (ЖЦП) и особенности его применения на финансовых рынках. Особенности брендинга и ребрендинга на финансовых рынках.

14. Основные направления ценовой политики на финансовых рынках. Сущность и содержание политики скидок, наценок, кредитной политики. Ценовые стратегии, используемые на финансовых рынках.

15. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках. Финансовая реклама, связи с общественностью (PR), стимулирование сбыта, прямой маркетинг на финансовых рынках: основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения.

16. Современное развитие финансового маркетинга на международных рынках. Особенности использования банковского и страхового маркетинга в разных странах мира.

17. Виды и особенности формирования организационных структур управления в финансовой организации. Структура служб маркетинга финансовой организации: типы, различия, достоинства и недостатки. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга финансовой организации: знания, качества, умения.

18. Основные понятия, виды и средства применения рекламы на финансовых рынках. Цели и задачи применения рекламы на финансовых рынках. Современные виды финансовой рекламы. Примеры применения рекламных технологий на финансовых рынках.

19. Особенности современного развития концепции банковского маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий банками. Новые тенденции в развитии банковского маркетинга. Методы организации и управления отношениями

банка с клиентами. Стратегии активного управления присутствием клиента в пункте продаж.

20. Особенности современного развития концепции страхового маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий страховыми компаниями. Тенденции развития страхового маркетинга. Сегментация страхового рынка. Маркетинг продаж страховых полисов. Методы изучения динамики социально-экономических явлений.

2. Основные формулы используемые в практико-ориентированных заданиях:

1. $Z_{\text{пол}} = Z_{\text{пос}} + Z_{\text{пер}}$ Полные, переменные и постоянные затраты
2. $C_{\text{ед}} = \frac{C_{\text{пар}}}{V}$ Цена единицы продукции
3. $rp = \sum wi^* ri$ Доходность инвестиционного портфеля
4. $V_t = \frac{D_1}{(k-g)}$ Формула Гордона
5. $C_{\text{п}} = Z_{\text{пр}} \pm O_{\text{ни}} + K_{\text{р}}$ Полная себестоимость товарной продукции
6. $ССК = K_s \times W_s + K_d \times W_d$ Средневзвешенная стоимость капитала
7. $ССК = \sum_{i=1}^n W_i \times k_i$ Средневзвешенная стоимость капитала WACC
8. $Tr_i = Li * Ji * (1 \pm d) - C.$ Чистый объем продаж
9. CTR (Click/Through Ratio – коэффициент переходов по клику) = число нажатий на баннер/количество показов*100
10. CPC (cost per click) «цена за клик». = затраты на размещение рекламы/число нажатий на баннер.
11. CPV (cost per visitors) «цена за посещение сайта» = затраты на рекламу/число посетителей, перешедших на сайт с рекламной площадки.
12. CPA (cost per action) «цена за действие» = затраты на рекламу/число посетителей сайта, совершивших действие
13. CPS (cost per sale) «цена продажи» = затраты на рекламу/число посетителей сайта, совершивших покупку

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену.

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен. Пользуйтесь при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также лекционными конспектами, которые вы составляли.

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала и учебников просмотреть также выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, лабораторные и курсовые работы.

При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы. При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня и опытом, полученным в период прохождения практики.

В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями.

4. Критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена

Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:

Оценка «отлично» (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета выставляется, если обучающийся глубоко и полно раскрывает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» (4 балла) выставляется, если обучающийся недостаточно полно освещает узловые моменты вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

Оценка «удовлетворительно» (3 балла) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета выставляется, если обучающийся не раскрывает основных моментов вопроса, логика изложения нарушена, ответы не всегда конкретны.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно, ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ФГОС ВО/ОС ВО ФУ в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменуемых, каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого обучающегося, используя сумму баллов, полученную после заполнения листа оценки обучающегося. Государственная экзаменационная комиссия рассматривает результаты ответов каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет собой среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.