

Аннотация дисциплины

Концепции финансового маркетинга

Цель дисциплины

- формирование у студентов целостного представления о теории и практике финансового маркетинга как концепции развития маркетинга на финансовых рынках, его роли в решении стратегических и тактических задач банковской, страховой и инвестиционной сферы и экономики в целом, основываясь преимущественно на современных маркетинговых методах и технологиях, с учетом зарубежного опыта.

Место дисциплины в структуре ОП (Б.1.2.1.3.): относится к модулю направленности программы магистратуры части, формируемой участниками образовательных отношений для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы Финансовый маркетинг.

Краткое содержание дисциплины

Понятие и сущность финансового маркетинга на современном этапе. Эволюция концепции финансового маркетинга. Виды финансового маркетинга в зависимости от участников финансового рынка – банковский, страховой и инвестиционный маркетинг, маркетинг на рынке ценных бумаг и др. Международный опыт и российская практика организации маркетинговой деятельности на финансовых рынках. Понятие, классификация финансовых рынков и их особенности. Структура финансовых рынков. Финансовые организации: банки; страховые, инвестиционные и брокерские компании; ПИФы и др. как субъекты финансового рынка. Классификация видов потребителей на финансовых рынках, их поведение. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга. Факторы макро- и микросреды финансового

маркетинга. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках. Маркетинговые исследования на финансовых рынках. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках. Особенности и этапы проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Сегментирование на финансовых рынках. Позиционирование и репозиционирование на финансовых рынках. Управление маркетингом на финансовых рынках. Стратегическое и тактическое планирование финансового маркетинга. Особенности организационных структур управления финансовой организацией (банком; страховой, инвестиционной или брокерской компанией; ПИФом и др.). Основные задачи и функции службы маркетинга на финансовых рынках. Контроль и его виды в финансовом маркетинге. Комплекс финансового маркетинга. Элементы комплекса финансового маркетинга: финансовые продукты и услуги; цена; распределение; продвижение.