

Аннотация дисциплины

Маркетинговые исследования на финансовом рынке

Цель дисциплины

- формирование у студентов теоретических и практических навыков проведения маркетинговых исследований для снижения неопределенности при принятии управленческих решений на финансовом рынке.

Место дисциплины в структуре ОП (Б.1.2.1.7.): 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

Информационное обеспечение маркетинговой деятельности финансовых организаций. Циклическая информационная модель маркетинга. Цикл производства и потребления. Цикл разработки и реализации комплекса маркетинга. Цикл информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Особенности информационного обеспечения переменных комплекса маркетинга. Внешние коммуникации организации. Внутренние коммуникации организации. Понятие корпоративных информационных систем (КИС). Понятие маркетинговых информационных систем (МИС) как основы информационного обеспечения маркетинговой деятельности современных организаций. Понятие CRM-систем (систем управления взаимоотношениями с клиентами). Внешняя маркетинговая среда финансовой организации. Маркетинговая информация: классификация видов. Источники и поставщики маркетинговой информации на финансовых рынках. Маркетинговые информационные системы (МИС). Понятие и

сущность маркетинговых исследований. Процесс проведения маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований. Средства обработки, анализа и представления маркетинговых данных. Технологии проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.