

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

**Новороссийский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**Концепции финансового маркетинга**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность: Финансовый маркетинг

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

**Новороссийск 2021**

Составитель: к.э.н., доцент Т.Г. Марцева

Рекомендованы решением кафедры «Экономика, финансы и менеджмент» протокол № 1 от 26.08.2021 г.

Методические рекомендации к составлены в соответствии с ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Финансового университета при Правительстве РФ № 2325/о от 26 декабря 2017 года.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию у обучающихся стремления к творческому мышлению, к овладению навыками самостоятельной работы современными информационными технологиями.

## Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

В данном разделе перечисляются формы внеаудиторной самостоятельной работы в соответствии с разделами дисциплины. Перечисляется перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися.

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Понятие и сущность финансового маркетинга на современном этапе.	1. Использование современных маркетинговых технологий в бизнесе: нейротехнологии, сенсорный маркетинг, латеральный маркетинг, digital-технологии, искусственный интеллект и робототехника, Bigdata, Блокчейн (blockchain) 2. Международный опыт и практика организации маркетинговой деятельности на финансовых рынках.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка участию в дискуссии по актуальным вопросам
Тема 2. Финансовые рынки и маркетинговая среда.	1. Характеристики спроса на финансовых рынках: анализ динамики и структуры спроса, объемов потребления на финансовых рынках. 2. Определение конкурентных позиций по матрице BCG.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к проектному заданию; - подготовка мультимедийных

			презентаций по проектам
Тема Маркетинговые исследования на финансовых рынках.	3.	1.Позиционирование репозиционирование на финансовых рынках. 2.Факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования на финансовых рынках.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к проектному заданию; - подготовка мультимедийных презентаций по проектам
Тема Управление маркетингом на финансовых рынках.	4.	1. Контроль и его виды в финансовом маркетинге. 2. Стратегический контроль, его цели и содержание.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к решению кейсов, - подготовка к тестированию
Тема 5. Комплекс финансового маркетинга и его элементы.		1.Принципы разработки комплекса финансового маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к решению кейсов; - подготовка к тестированию
Тема Продуктовая политика финансовой организации.	6.	1.Особенности ребрендинга банков, страховых, инвестиционных или брокерских компаний, ПИФов и др.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к решению кейсов; - подготовка к проектному заданию; - подготовка мультимедийных

		презентаций по проектам
Тема 7. Ценовая политика финансовой организации.	1. Политика ценовых стратегий банков, страховых, инвестиционных или брокерских компаний, ПИФов и др.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам; - подготовка к тестированию
Тема 8. Политика распределения финансовой организации.	1. Политика мерчандайзинга банков и страховых компаний.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам; - подготовка к тестированию
Тема 9. Коммуникационная политика финансовой организации.	1. Особенности использования элементов прямого маркетинга финансовыми организациями. 2. PR-кампания банка.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка заданий в рамках проектной работы; - подготовка мультимедийных презентаций по проектной работе; - подготовка к тестированию

### **Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю**

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими разных видов самостоятельной работы. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- дискуссионные формы: дискуссия по актуальным вопросам темы, круглый стол – проводятся по результатам самостоятельной подготовки;
- защита выполненного проектного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно проекта, выполненного и представленного с использованием мультимедийной презентации;
- подготовка проекта с использованием практического материала;

- решение ситуационных задач и кейсов.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента логистики и маркетинга.

### ***Примерный перечень заданий для проектной работы (проектов)***

Студенты распределяются на отдельные подгруппы, выбирают одно из предложенных проектных заданий – проектов. Студенты могут предложить собственный проект, который необходимо согласовать с преподавателем.

#### **Проектное задание – проект № 1 «Проведение конкурентного анализа»**

Разработайте конкурентную маркетинговую стратегию финансовой организации (например, банка, страховой организации) для г. Москвы, других городов, регионов. Дайте сравнительную характеристику финансовых организаций г. Москвы и г. Санкт-Петербург (возможно других городов). Проведите конкурентный анализ по М. Портеру. Представьте и обоснуйте конкурентные преимущества выбранной финансовой организации.

#### **Проектное задание – проект № 2 «Развитие современных финансовых рынков».**

Дайте развернутую характеристику финансового рынка (например, банковского, страхового и т.д.) г. Москвы, других городов, регионов. Используйте статистику и финансовую аналитику. Предложите мероприятия по его развитию. Оцените нынешний уровень и перспективы развития финансовых услуг г. Москвы, других городов, регионов, их влияние на развитие финансовой грамотности населения. Планирование и проведение PEST и/или SWOT-анализа на финансовых рынках.

#### **Проектное задание – проект № 3 «Проведение маркетингового исследования на финансовом рынке»**

Проведите комплексное маркетинговое исследование на финансовом рынке (например, банковском, страховом и т.д.) для конкретной финансовой организации. Подготовьте анализ внешней и внутренней информации. Подготовьте план маркетингового исследования. Проведите опрос, подготовьте анкету. Предложите мероприятия по развитию финансовой организации с учетом результатов маркетингового исследования.

#### **Проектное задание – проект № 4 «Сегментирование финансовых рынков»**

Проведите оценку сегментов финансовых рынков (например, банковского, страхового рынка и т.д.), используя разные признаки сегментирования: географический, демографический, психографический, поведенческий. Выделите целевые сегменты конкретного финансового рынка. Оцените потребительские ценности целевых сегментов конкретного финансового рынка. Разработайте программы лояльности для целевых сегментов конкретного финансового рынка.

#### **Проектное задание – проект № 5 «Совершенствование работы службы маркетинга финансовой организации»**

Проанализируйте работу службы маркетинга конкретной финансовой

организации (например, банка, страховой компании и т.д.). Разработайте маркетинговый план. Проанализируйте работу сотрудников службы маркетинга. Дайте обоснованные предложения по совершенствованию работы службы маркетинга данной финансовой организации.

**Проектное задание – проект № 6 «Разработка новых финансовых продуктов»**

На основе матриц И. Ансоффа и/или VCG сделайте сравнительные характеристики существующих продуктов/услуг конкретной финансовой организации (например, для банка, страховой компании и т.д.). Проведите оптимизацию и обновление ассортимента финансовых продуктов/услуг. Сформируйте «продуктовый портфель» финансовой организации.

Разработайте и предложите идеи новых продуктов/услуг конкретной финансовой организации. Разработайте концепцию жизненного цикла нового продукта/услуги. Предложите инновационные решения. Разработайте ценовые стратегии. Используя модель процесса покупки представьте обоснованный выбор новых финансовых продуктов/услуг разными группами потребителей. Обоснуйте внедрение новых финансовых продуктов/услуг на рынок и принятие решения об их уходе с рынка.

Сформируйте товарную политику и рыночную стратегию на основе новых продуктов/услуг.

**Проектное задание – проект № 7 «Позиционирование бренда и репозиционирование»**

Обоснуйте факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования финансовой организации (например, банка, страховой компании и т.д.).

Раскройте преимущества и недостатки сотрудничества данной финансовой организации с другими организациями в рамках реализации ко-брендинговых проектов. Дайте предложения по совершенствованию данного сотрудничества.

Разработайте и предложите варианты репозиционирования бренда конкретной финансовой организации.

**Проектное задание – проект № 8 «Разработка ценовых стратегий финансовыми организациями»**

Анализ факторов, влияющих на уровень цен на финансовых рынках. Обоснование базовых и/или альтернативных ценовых стратегий для конкретной финансовой организации (например, банка, страховой компании и т.д.). Разработка оптимальной системы скидок для целевых сегментов.

Формирование эффективной ценовой политики конкретной финансовой организации.

**Проектное задание – проект № 9 «Разработка сбытовой политики финансовой организации»**

Определите роль товародвижения в сбытовой деятельности организаций и особенности планирования сбытовой политики финансовых организаций. Раскройте задачи, решаемые в процессе разработки и реализации сбытовой политики конкретной финансовой организации (например, банка, страховой компании и т.д.). Обоснуйте систему и методы сбыта.

Разработайте политику мерчандайзинга для конкретной финансовой организации.

Представьте политику и направления стимулирование сбыта для конкретной финансовой организации.

Представьте предложения и/или разработайте программы стимулирования и/или мотивации (например, клиентов, персонала, посредников ) для г. Москвы, других городов, регионов.

Особенности использования элементов прямого маркетинга конкретной финансовой организацией.

### **Проектное задание – проект № 10 «Разработка рекламной кампании финансовой организации»**

Определите особенности проведения рекламной кампании для финансовых рынков. Подготовьте план рекламной кампании конкретной финансовой организации (например, банка, страховой компании и т.д.). Представьте рекламные мероприятия и дайте предложения по повышению эффективности использования финансовой рекламы (например, для г. Москвы, других городов, регионов).

Разработайте комплекс PR-мероприятий для конкретной финансовой организации (например, г. Москвы, других городов, регионов), определив их роль в создании имиджа финансовой организации и ее продуктов/услуг; а также деловую репутацию.

#### *Подготовка проекта*

Основная цель проектной работы по дисциплине «Концепции финансового маркетинга» состоит в систематизации теоретических и практических знаний по наиболее важным разделам и темам курса. Проектная работа представляет собой творческую работу студентов магистратуры, в которой они излагают собственную точку зрения по рассматриваемой проблеме. Желательно, чтобы проектная работа включала результаты собственных прикладных и научных исследований. При этом наличие авторских подходов и выводов по рассматриваемой проблеме является обязательным.

Подготовка проекта направлена на развитие у студентов магистратуры навыков творческого усвоения и научно-обоснованного использования теоретических и практических положений учебной, методической и научной литературы, статистических материалов, различных специализированных изданий.

Выполнение проекта предполагает выработку у студентов магистратуры умения производить подбор исследовательских методов и инструментов; литературных источников по закрепленной теме, осуществляя их анализ и отражая при оформлении своей работы.

Важнейшая задача выполнения проектной работы состоит в выработке у студентов магистратуры навыков самостоятельной работы с использованием системного и комплексного подходов.

#### *Требования к подготовке проекта*

Программой дисциплины «Концепции финансового маркетинга»



предусмотрено обязательная подготовка проектного задания (проекта).

Проектная работа является одним из видов внеаудиторной самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю).

Целью проектной работы является подготовка студентов магистратуры к осуществлению аналитической, методической и научно-исследовательской деятельности посредством формирования профессиональных компетенций, связанных со сбором, систематизацией, классификацией и обобщением существующей учебной и научной информации.

Подготовка проекта позволяет студенту научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные инструменты маркетинга, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Проектное задание (проект) студент выбирает из предлагаемого примерного перечня и для каждой подгруппы в рамках одной студентческой группы оно должно быть индивидуальным. Подготовка проектного задания (проекта) подгруппой студентом ведется под методическим руководством преподавателя, ведущего семинарские занятия.

Оценка написания проекта осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости студентов.

*Требования к выполнению проектной работы:*

- соответствие материала выбранному заданию;
- логичное, четкое изложение и структурирование материалов;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому проекту;
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по проектному заданию;
- наличие ссылок на первоисточники;
- самостоятельность выполнения.

Работа, проводимая подгруппой для подготовки проекта должна обязательно включать самостоятельное мини-исследование.

*Требования к оформлению проектного задания (проекта)*

Проектное задание выполняется на компьютере (гарнитура *Times New Roman*, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; левое – 3, правое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Должна быть нумерация страниц. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. Общее количество страниц, без учета приложений, не должно превышать 15 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы. Образец оформления титульного листа проектного задания (проекта) представлен в приложении 1.

Защищается проектное задание каждой подгруппой через представление мультимедийной презентации (не более 10 слайдов), с распределением ролей и выступлений каждого студента.

## **Примерные вопросы компьютерного тестирования**

Выберите правильные ответы:

1. Финансовый маркетинг – это:
  - а) маркетинг, направленный на помощь в удовлетворении потребностей отдельных групп населения, общественных организаций (ассоциаций), а также общества в целом;
  - б) системный подход инвесторов-продавцов к управлению реализацией финансовых активов (денег, ценных бумаг, драгоценных металлов и камней) и инвесторов-покупателей к управлению накоплением финансовых активов;
  - в) маркетинг, который позволяет анализировать спрос реальных и потенциальных потребителей, формировать его в нужном направлении и удовлетворять наиболее эффективными способами;
  - г) система осуществляемых предприятием мер по повышению своей конкурентоспособности путем максимального приспособления всей деятельности к требованиям рынка и конкретным группам потребителей с целью обеспечения своих интересов.
2. Финансовый маркетинг начинается:
  - а) с разработки финансового продукта (услуги);
  - б) изучения финансового рынка и запросов потребителей;
  - в) информационной рекламной кампании;
  - г) организации сбыта финансового продукта (услуги).
3. Главной целью страхового маркетинга является:
  - а) обеспечение страхователей необходимыми страховыми продуктами;
  - б) изучение и прогнозирование страхового рынка;
  - в) обеспечение рентабельной работы страховой компании;
  - г) изучение потребностей страхователей.

### **Примерный перечень вопросов к экзамену:**

1. Финансовый маркетинг и его сущность.
2. Цели и принципы финансового маркетинга.
3. Задачи финансового маркетинга в зависимости от ситуации на финансовых рынках.
4. Роль финансового маркетинга в экономическом развитии страны.
5. Характеристики спроса на финансовых рынках.
6. Поведение потребителей на финансовых рынках.
7. Макро- и микросреда финансового маркетинга.
8. Анализ маркетинговой среды на финансовых рынках.
9. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
10. Планирование и проведение бенчмаркинга на финансовых рынках.
11. Пять сил, определяющих конкуренцию в отрасли по М. Портеру.
12. Стратегии конкуренции. Определение конкурентных позиций по матрице БКГ.
13. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
14. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых

рынках: цели, задачи, методы, принципы, этапы.

15. Особенности сегментации финансовых рынков: цели, задачи, методы и принципы.

16. Подходы к выбору целевого финансового рынка.

17. Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.

18. Репозиционирование на финансовых рынках.

19. Цели и задачи стратегического планирования на финансовых рынках.

20. Понятие, роль и значение маркетинговой стратегии для финансовых рынков.

21. Стратегии развития на финансовых рынках и методы их оценки.

22. Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.

Виды планов.

23. План маркетинга финансовой организации: структура и содержание.

24. Особенности организационных структур управления финансовой организации.

25. Структура служб маркетинга финансовой организации: типы, различия, достоинства и недостатки.

26. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга финансовой организации: знания, качества, умения.

27. Контроль в финансовом маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.

28. Стратегический контроль на финансовых рынках, его цели и содержание.

29. Общая характеристика комплекса финансового маркетинга.

30. Элементы комплекса финансового маркетинга.

31. Классификация финансовых продуктов и услуг.

32. Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.

33. Методы оценки «продуктового портфеля» финансовой организации.

34. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) и его особенности на финансовых рынках.

35. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления.

36. Ассортиментная политика финансовой организации.

37. Ценовая политика на финансовых рынках и ее основные направления.

38. Политика скидок, наценок, кредитная политика: сущность и содержание.

39. Ценовые стратегии, используемые на финансовых рынках.

40. Основные направления политики распределения на финансовых рынках.

41. Особенности сбыта на финансовых рынках.

42. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках.

43. Финансовая реклама: основные понятия, цели и задачи, виды и средства.

44. Планирование рекламных мероприятий и оценка эффективности финансовой рекламы.
45. Связи с общественностью (PR) на финансовом рынке: цели, задачи, функции и методы.
46. Стимулирование сбыта на финансовых рынках.
47. Инструменты прямого маркетинга на финансовых рынках.
48. Особенности банковского маркетинга.
49. Особенности страхового маркетинга.
50. Особенности маркетинга на рынке ценных бумаг.

#### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Практическому занятию (семинару) в обязательном порядке должна предшествовать самостоятельная подготовительная работа студента, целями которой являются:

- изучение и повторение лекционного материала;
- самостоятельное изучение необходимого для успешного проведения занятий теоретического материала (конспектирование методик достижения поставленных теоретических и практических целей);
- ознакомление с методологией практической деятельности специалиста в круге рассматриваемых на занятии вопросов (изучении материалов, опубликованных в периодических специализированных изданиях и на специализированных сайтах в Интернете);
- выполнение простейших тренировочных заданий, призванных акцентировать внимание студента на наиболее важные разделы изучаемого материала, в том числе выявление новых тенденций по изучаемой тематике (подготовка докладов, рефератов и анализ цифровых данных для последующего проведения дискуссий и решения ситуационных задач на семинарском (практическом) занятии);
- формирование навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой по изучаемому предмету;
- проведение проектной работы и подготовка проектного задания (проекта).

К семинарским и практическим занятиям студенты готовятся самостоятельно, в соответствии с рекомендациями преподавателя, сделанными на предыдущем занятии и с использованием основной и дополнительной литературы в БИК Финуниверситета (других библиотеках) и дома.

Контроль выполнения заданий для самостоятельной работы проводится в следующих формах:

- проведение устных дискуссий на семинарских (практических) занятиях;
- проведение опросов на семинарских (практических) занятиях по пройденному материалу, в том числе с применением метода «мозгового штурма»;
- заслушивание докладов по проектам (с использованием мультимедийных презентаций) на практических занятиях;

- проверка результатов тестовых заданий на практических (семинарских) занятиях;
- проведение проектной работы и подготовка проектного задания (проекта) и др.

*Методика применения ситуационных задач (кейсов)*

Кейс-метод (кейс-стади, метод ситуаций) представляет технику обучения, которая использует письменное описание и анализ реальных экономических и социальных ситуации, возможные решения и выбор лучших из них. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, применять на практике теоретический материал.

Цель метода кейс-стади – научить студентов решать сложные проблемы и дать навыки управления бизнесом.

До семинарского занятия студентам необходимо:

- проанализировать кейс;
- ответить на поставленные вопросы;
- оценить уже принятые меры;
- обсудить возможные будущие действия и сравнить их ожидаемую эффективность.