

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

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

Департамент менеджмента

Рожков И.В.

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ**

### **Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг»  
(очная форма обучения), магистерская программа «Финансовый маркетинг»  
(заочная форма обучения)

Москва 2017

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

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

Департамент менеджмента

СОГЛАСОВАНО  
МП «Гильдия Маркетологов»  
Президент

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор

\_\_\_\_\_  
И.С.Березин  
3.07.2017 г.

\_\_\_\_\_  
М.А.Эскиндаров  
27.07.2017 г.

Рожков И.В.

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ**

### **Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг»  
(очная форма обучения), магистерская программа «Финансовый маркетинг»  
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента  
(протокол № 19 от 27 июня 2017 г.)*

*Одобрено Советом департамента менеджмента  
(протокол № 26 от 30 мая 2017 г.)*

Москва 2017

**УДК 338.5:336.76(073)**

**ББК 65.256**

**Р 63**

*Рецензент: д.э.н., профессор Департамента менеджмента  
Карпова С.В. (Финансовый университет)*

**Рожков И.В.** Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке - рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (очная форма обучения), магистерская программа «Финансовый маркетинг» (заочная форма обучения) – М.: Финансовый университет, 2017. – 38 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу курса, тематику практических и семинарских занятий и формы их проведения, задания для самостоятельной работы, контрольные вопросы и систему оценивания, а также учебно-методическое обеспечение дисциплины.

*Учебное издание*

**Рожков Илья Вячеславович**

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ  
НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ**

Рабочая программа дисциплины

Компьютерный набор, верстка: Рожков И.В.

Формат 60x90/16. Гарнитура *Times New Roman*

Усл. п.л. 2.0. Изд. № -..... Тираж \_\_ экз.

Заказ \_\_\_\_\_

Отпечатано в Финансовом университете

© **И.В. Рожков, 2017**

© **Финансовый университет, 2017**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	5
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся .....	9
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	10
5.1. Содержание дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке».....	10
5.2. Учебно-тематический план. ....	12
5.3. Содержание практических и семинарских занятий. ....	14
6.2. Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы.....	23
6.2.1. Примерные вопросы для тестирования.....	23
6.2.2. Тематика контрольной работы.....	25
6.2.3. Перечень вопросов для подготовки к зачету.....	26
6.2.4. Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости.....	27
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.....	27
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	27
7.2. Критерии оценивания компетенций.....	28
7.3. Типовые контрольные задания .....	32
7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений .....	33
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	33
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	35
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Финансовый маркетинг» .....	35
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.....	37
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	38

## **1. Наименование дисциплины**

**Дисциплина Б 1.2.2.7. «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке»** (для направления 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», очная и заочная формы обучения).

**Цель изучения дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке»:** формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков разработки ценовой политики и стратегии организаций, работающих на финансовом рынке.

### **Задачи дисциплины:**

- Выявить сущность и раскрыть определение цены как экономической категории с учетом состава и структуры цены финансовых продуктов (услуг).
- Охарактеризовать маркетинговые цели и этапы формирования ценовой политики через оценку внутренних и внешних факторов рыночной среды финансовой организации.
- Раскрыть содержание стратегии и методологии управления ценами на финансовом рынке.
- Определить классификационные признаки и характеристику основных методов ценообразования.
- Выявить специфику использования государственного регулирования и контроля ценообразования на финансовом рынке.
- Рассмотреть практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.
- Изучить особенности тактических инструментов управления ценами в страховании, банковском секторе, на рынке ценных бумаг.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» обеспечивает формирование следующих компетенций:

**Компетенция ПКН–3** «Способность разрабатывать методики и оценивать эффективность экономических проектов с учетом факторов риска в условиях неопределенности»:

***знать:***

- структуру и состав цены различных финансовых продуктов и услуг;
- затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги;
- основные законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций;

***уметь:***

- определять цену на финансовые продукты и услуги, используя различные методы;
- осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов;
- проводить расчет ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги;

***владеть:***

- методами ценообразования и управления ценами на финансовом рынке;
- навыками определения ценовой эластичности.

**Компетенция ПКН–5** «Способность определять, анализировать и прогнозировать основные социально-экономические показатели объектов управления»:

***знать:***

- классификационные признаки, виды и условия применения стратегий управления ценами на финансовом рынке;
- особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка;
- тактические инструменты ценообразования на финансовом рынке;

***уметь:***

– анализировать выбранный тип ценовой стратегии на финансовом рынке с учетом фактора конкуренции;

– применять элементы ценовой тактики в зависимости от изменений рыночной среды.

***владеть:***

– основными ценовыми стратегиями;

– тактическими инструментами ценообразования.

**Компетенция ДКМП–4** «Способности проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга»:

***знать:***

– цели разработки ценовой политики финансовой организации;

– основные этапы разработки ценовой политики финансовой организации;

– научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации;

***уметь:***

– разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием информационных технологий;

– проводить анализ ценовой информации о конкурентах посредством интернет-технологий;

***владеть:***

– понятийным аппаратом в области ценообразования;

– отраслевыми аспектами ценообразования на финансовом рынке.

### **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

«Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (очная форма обучения), магистерская программа

«Финансовый маркетинг» (заочная форма обучения).

Программа изучения дисциплины составлена с учетом требований, установленных соответствующим образовательным стандартом ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки «Менеджмент».

Дисциплина «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» в ряду экономических и управленческих дисциплин, использующих маркетинговые принципы, является одним из основополагающих теоретических и методических фундаментов для формирования у студентов управленческого мышления, основанного на понимании сущности ценообразования и управления ценами на финансовых рынках, определении цены, наиболее полно отвечающей рыночным целям финансовой организации.

Изучение данной дисциплины основывается на сумме знаний, полученных студентами в процессе предшествующего освоения иных экономических и управленческих дисциплин, в том числе «Стратегический финансовый менеджмент», «Стратегический маркетинг», «Концепции финансового маркетинга» и др. В результате изучения названных дисциплин студент должен:

***знать:***

- современные научные концепции маркетинга и менеджмента;
- методы экономического анализа и показатели эффективности и результативности деятельности финансовых организаций;
- структуру финансового рынка и специфику его отдельных отраслей;

***уметь:***

- проводить количественный и качественный анализ деятельности финансовой организации;
- разрабатывать комплекс маркетинга финансовой организации;
- реализовывать на практике маркетинговую стратегию;

***Владеть:***

- методами определения основных показателей эффективности и результативности деятельности финансовых организаций.



В свою очередь, изучение дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» позволит конкретизировать полученные знания, умения, навыки применительно к эффективной разработке и реализации организациями, действующими на финансовых рынках, своей ценовой политики и стратегии.

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся**

**4.1. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», очная форма обучения.**

<b>Вид учебной работы по дисциплине</b>	<b>Всего (в з.е. и часах)</b>	<b>5 семестр (в часах)</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3/108	3/108
<i><b>Аудиторные занятия</b></i>	32	32
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Практические и семинарские занятия, в том числе</i>	24	24
<i>занятия в интерактивных формах</i>	15	15
<b>Самостоятельная работа</b>	76	76
<i>В семестре</i>	76	76
Вид промежуточной аттестации	Зачет	

**4.2. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», заочная форма обучения.**

<b>Вид учебной работы по дисциплине</b>	<b>Всего (в з.е. и часах)</b>	<b>5 семестр (в часах)</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3/108	3/108
<i><b>Аудиторные занятия</b></i>	16	16
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Практические и семинарские занятия, в том числе</i>	12	12
<i>занятия в интерактивных формах</i>	8	8
<b>Самостоятельная работа</b>	92	92
<i>В семестре</i>	92	92
Вид промежуточной аттестации	Зачет	

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

### **5.1. Содержание дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке»**

**Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.**

Сущность и определение цены как экономической категории. Система цен в экономике. Принципы дифференциации и виды цен. Экономические функции цен. Состав и структура цены финансовых продуктов.

**Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.**

Определение и сущность ценовой политики организации. Принципы формирования ценовой политики организации. Финансовые цели формирования ценовой политики. Маркетинговые цели формирования ценовой политики. Внутренние и внешние факторы, определяющие разработку ценовой политики.

Этапы процесса разработки политики. Сбор информации о конкурентах. Сбор информации о затратах. Сбор информации о конкурентах. Уточнение целей финансовой политики. Уточнение целей маркетинговой политики.

Эластичность спроса и ее влияние на ценовую политику организации. Ценообразование и жизненный цикл. Особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка.

**Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.**

Классификационные признаки и характеристика основных методов ценообразования. Преимущества и недостатки, условия применения затратных методов ценообразования. Метод полных издержек. Метода прямых затрат. Метод определения цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Метод учета рентабельности инвестиций. Метод надбавок к цене.

Преимущества и недостатки, условия применения рыночных методов ценообразования на финансовом рынке. Метод расчета экономической ценности

товара. Метод оценки максимально приемлемой цены. Метод потребительских оценок. Тендерный метод.

Преимущества и недостатки, условия применения нормативно-параметрических методов ценообразования. Метод удельных показателей. Агрегатный метод ценообразования. Метод структурной аналогии. Балловый метод (метод экспертных оценок.)

Виды и характеристика стратегий управления ценами. Стратегии конкурентного ценообразования на финансовом рынке. Стратегии ценообразования в зависимости от степени гибкости цен. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированных цен. Стратегии ценообразования, ориентированные на конкретную ситуацию на рынке. Прочие виды ценовых стратегий.

#### **Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.**

Нормативно-правовая база государственного регулирования цен на финансовом рынке. Органы исполнительной власти, регулирующие цены, и их функции. Формы и методы государственного регулирования цен.

#### **Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.**

Взаимосвязь ценовой стратегии с общей стратегией маркетинговой деятельности организации. Направления маркетинговых исследований цен. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене.

Тактические инструменты управления ценами. Информационное обеспечение процесса управления ценами на финансовом рынке.

Особенности формирования цен в страховании. Управление ценами в банковском секторе. Управление ценами на рынке ценных бумаг. Методология трансфертного ценообразования.

## 5.2. Учебно-тематический план.

### 5.2.1. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», очная форма обучения.

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Всего	Трудоемкость в часах					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторная работа						
			Общая	Лекции	Практические и семинарские занятия	Занятия в интерактивных формах			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	
1.	Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	19	5	1	4	2	14	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	
2.	Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	24	8	2	6	4	16	Устные ответы. Решение тестов. Кейс.	
3.	Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	24	8	2	6	4	16	Решение задач с обсуждением. Письменное решение задач и тестов. Кейс.	
4.	Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	17	3	1	2	1	14	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	
5.	Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	24	8	2	6	4	16	Выступление с презентацией. Дискуссия. Письменное решение задач и тестов.	

	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>76</b>	
--	--------------	------------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	--

**5.2.2. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», заочная форма обучения.**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Всего	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
			Аудиторная работа					
			Общая	Лекции	Практические и семинарские занятия	Занятия в интерактивных формах		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	17,5	1,5	0,5	1	0,5	16	Доклад, презентация. Решение тестов.
2.	Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	25	5	1	4	3	20	Устные ответы. Решение тестов. Кейс.
3.	Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	25	5	1	4	3	20	Решение задач с обсуждением. Письменное решение задач и тестов. Кейс.
4.	Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	17,5	1,5	0,5	1	0,5	16	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.
5.	Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	23	3	1	2	1	20	Выступление с презентацией. Дискуссия. Письменное решение

								задач и тестов.
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	

### 5.3. Содержание практических и семинарских занятий.

#### 5.3.1. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», очная форма обучения.

Наименование темы (раздела) дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения занятия	Трудоемкость в часах
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Цена и экономическая система, всеобщность категории цены в рыночной экономике. Цена как инструмент экономической политики. Миссия цены. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные. Экономические функции цен.	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	4
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Этапы разработки ценовой политики организации. Цели и факторы разработки ценовой политики организации. Ценовая конкуренция. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены.	Устные ответы. Решение тестов. Кейс.	6
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Затратный метод, рыночный метод, ценностный метод, параметрические методы ценообразования. Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий на финансовом рынке: конкурентных и ассортиментных	Решение задач с обсуждением. Письменное решение задач и тестов. Кейс.	6

	стратегий, дифференциации потребителей и цен, психологического ценообразования, престижного ценообразования, взаимосвязи цены и качества и др.		
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	Обоснование государственного регулирования цен на финансовом рынке. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен на финансовом рынке. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен.	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	2
Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	Ценообразование и управление ценами организациями, работающими на рынке банковских продуктов, страхования, рынке ценных бумаг и др.	Выступление с презентацией. Дискуссия. Письменное решение задач и тестов.	6
<b>Итого</b>			<b>24</b>

### 5.3.2. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», заочная форма обучения.

Наименование темы (раздела) дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения занятия	Трудоемкость в часах
1	2	3	4
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Цена и экономическая система, всеобщность категории цены в рыночной экономике. Цена как инструмент экономической политики. Миссия цены. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные. Экономические функции цен.	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	1

Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Этапы разработки ценовой политики организации. Цели и факторы разработки ценовой политики организации. Ценовая конкуренция. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены.	Устные ответы. Решение тестов. Кейс.	4
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Затратный метод, рыночный метод, ценностный метод, параметрические методы ценообразования. Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий на финансовом рынке: конкурентных и ассортиментных стратегий, дифференциации потребителей и цен, психологического ценообразования, престижного ценообразования, взаимосвязи цены и качества и др.	Решение задач с обсуждением. Письменное решение задач и тестов. Кейс.	4
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	Обоснование государственного регулирования цен на финансовом рынке. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен на финансовом рынке. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен.	Доклад, презентация. Дискуссия. Устные ответы. Решение тестов.	1
Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	Ценообразование и управление ценами организациями, работающими на рынке банковских продуктов, страхования, рынке ценных бумаг и др.	Выступление с презентацией. Дискуссия. Письменное решение задач и тестов.	2



<b>Итого</b>	<b>12</b>
--------------	-----------

### Семинарское занятие 1.

**Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.**

<b>№</b>	<b>Проводимое мероприятие</b>	<b>Форма</b>	<b>Время (очная/заочная)</b>
1.	Выступление с докладами и презентациями	Доклад, презентация	45/30 мин.
2.	Обсуждение докладов	Дискуссия	15/- мин.
3.	Ответы на вопросы по теме лекции	Устные ответы	30/- мин.
4.	Решение тестов по теме лекции	Решение тестов	45/15 мин.
5.	Обсуждение методики выполнения творческого задания	Дискуссия	45/- мин.
	<b>ИТОГО</b>		180/45 мин.

***Вопросы к семинарскому занятию:***

1. Как можно объяснить утверждение: «Цена – индикатор вида экономической системы»?
2. Какие экономические категории реализуются на микроэкономическом уровне с использованием цен?
3. С какими системами и категориями на макроэкономическом уровне проявляется тесная взаимосвязь цен?
4. Начиная с маржинализма, цену начали обосновывать, исходя из ценности товара. С каких позиций начинают рассматривать цены сегодня, при развитии постиндустриального общества?
5. Как можно объяснить утверждение: «Цены – отражение уровня и состояния экономики»?
6. В чём заключается сущность современного этапа развития рыночных отношений – концепции «маркетинг 3.0»?
7. В чём заключается миссия цены?

8. Как можно объяснить наличие множество видов цен? Какие факторы повлияли на возникновения такого многообразия?

9. Какие классификационные признаки цен существуют?

10. Почему Интернет, корпоративные сети и другие медиаустройства изменили подход к установлению единой рыночной цены на основе равенства объема спроса и предложения?

### Семинарское занятие 2.

#### Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.

№	Проводимое мероприятие	Форма	Время (очная/заочная)
1.	Ответы на вопросы по теме лекции	Устные ответы	45/15 мин.
2.	Решение тестов по теме лекции	Решение тестов	45/30 мин.
3.	Решение <i>case-study</i> на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»	Устное решение с обсуждением	180/135 мин.
	<b>ИТОГО</b>		270/180 мин.

#### *Пример case-study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»:*

Разработайте цели ценовой политики для выбранной финансовой организации с учетом отраслевой специфики:

- на рынке страховых услуг;
- на рынке депозитов;
- на рынке кредитных карт;
- на рынке ипотечного кредитования и т.д.

### Семинарское занятие 3.

Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.

№	Проводимое мероприятие	Форма	Время (очная/заочная)
1.	Решение задач на методы ценообразования	Решение задач	90/90 мин.
2.	Решение <i>case-study</i> на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций»	Устное решение с обсуждением	90/45 мин.

3.	Обсуждение методики контрольной работы	Письменное решение задач и тестов	90/45 мин.
	<b>ИТОГО</b>		270/180 мин.

***Пример case-study на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций»:***

Проведите анализ ценовых стратегий финансовых организаций:

- на рынке страховых услуг;
- на рынке депозитов;
- на рынке кредитных карт;
- на рынке ипотечного кредитования и т.д.

**Семинарское занятие 4.**

**Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.**

№	Проводимое мероприятие	Форма	Время (очная/заочная)
1.	Выступление с докладами и презентациями	Доклад, презентация	30/15 мин.
2.	Обсуждение докладов	Дискуссия	15/15 мин.
3.	Ответы на вопросы по теме лекции	Устные ответы	15/- мин.
4.	Решение тестов по теме лекции	Решение тестов	15/15 мин.
5.	Консультация по выполнению творческого задания	Дискуссия	15/- мин.
	<b>ИТОГО</b>		90/45 мин.

**Семинарское занятие 5.**

**Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.**

№	Проводимое мероприятие	Форма	Время (очная/заочная)
1.	Защита творческих заданий	Выступление с презентацией	180/45 мин.
2.	Дискуссия по результатам защиты творческих заданий	Дискуссия	45/15 мин.
3.	Выполнение контрольной работы	Письменное решение задач	45/30 мин.

		и тестов	
	<b>ИТОГО</b>		270/90 мин.

## 6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

### 6.1. Формы внеаудиторной самостоятельной работы

#### 6.1.1. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», очная форма обучения

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Изучение методических материалов для выполнения творческого задания.	14	Определение сущности стоимости на различных этапах развития экономической науки. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях.
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»	16	Формулирование целей ценовой политики на основе задач как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Основные формулы цены. Состав и структура цены.

<p>Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.</p>	<p>Работа с научно-учебной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием <i>case-study</i> на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций» Подготовка к решению задач Подготовка к контрольной работе №1</p>	<p>16</p>	<p>Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования. Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Тактические инструменты управления ценами.</p>
<p>Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.</p>	<p>Работа с научно-учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Оформление домашнего творческого задания.</p>	<p>14</p>	<p>Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен на финансовом рынке.</p>
<p>Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.</p>	<p>Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к защите домашнего творческого задания в виде презентации и доклада Подготовка к контрольной работе №2.</p>	<p>16</p>	<p>Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса. Ценообразование и жизненный цикл.</p>
<p><b>Итого</b></p>		<p><b>76</b></p>	

**5.2.2. Направление 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», заочная форма обучения.**

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Изучение методических материалов для выполнения творческого задания.	16	Определение сущности стоимости на различных этапах развития экономической науки. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях.
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»	20	Формулирование целей ценовой политики на основе задач как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Основные формулы цены. Состав и структура цены.
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научно-учебной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций» Подготовка к решению задач Подготовка к контрольной работе №1	20	Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования.

			Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Тактические инструменты управления ценами
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке.	Работа с научно-учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Оформление домашнего творческого задания.	16	Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен на финансовом рынке.
Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к защите домашнего творческого задания в виде презентации и доклада. Подготовка к контрольной работе №2.	20	Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса. Ценообразование и жизненный цикл.
<b>Итого</b>		<b>92</b>	

## 6.2. Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы

### 6.2.1. Примерные вопросы для тестирования

1. Цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал, – это цена ...

- а) производства;
- б) спроса;
- в) предложения;
- г) потребления;
- д) рынка;

е) конкуренции.

2. Поощрение или сдерживающее воздействие на производство и потребление различных видов товаров относится к ... функции цены.

а) стимулирующей;

б) балансирующей спрос и предложение;

в) учетной;

г) распределительной;

д) общерыночной.

3. Под ценовой политикой понимается установление цен на продукцию предприятия в рамках политики управления ее сбытом в целях достижения ...

а) наиболее выгодных объемов продаж;

б) средних затрат на производство;

в) минимальных затрат на производство;

г) максимальных затрат на производство;

д) максимально возможного уровня прибыли;

е) среднего уровня прибыли.

4. При использовании затратного подхода к ценообразованию право устанавливать цену должно принадлежать ...

а) отделу маркетинга и сбыта;

б) отделу главного технолога;

в) финансовым службам и бухгалтерии;

г) отделу материально-технического снабжения;

д) IT-отделу.

5. В процесс разработки ценовой политики входят:

а) реализация;

б) выработка целей;

в) планирование;

г) сбор информации;

д) контроль;

е) анализ информации.



6. Метод расчета цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предполагает ...

а) начисление стандартной наценки, нормативной прибыли на себестоимость;

б) установление на товар цены на таком уровне, который обеспечивал бы компании получение желаемого объема прибыли;

в) умножение цены приобретения товара на повышающий коэффициент;

г) установление на товар цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки;

д) установление на товар цены путем сопоставления с ценой другого товара из параметрического ряда.

### **6.2.2. Тематика контрольной работы.**

1. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке ценных бумаг.

2. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке страховых услуг.

3. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке потребительского кредитования.

4. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке ипотечного кредитования.

5. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на валютном рынке.

6. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке лизинговых услуг.

7. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке депозитов.

8. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации, работающей на рынке инвестиционных услуг.

### **6.2.3. Перечень вопросов для подготовки к зачету.**

1. Система цен в экономике и принципы их дифференциации.
2. Сущность, цели и принципы разработки ценовой стратегии финансовой организации.
3. Последовательность и содержание этапов процесса разработки ценовой стратегии финансовой организации.
4. Функции цен: регулирования и контроля, измерительная, стимулирующая.
5. Виды ценовых стратегий финансовой организации и условия их применения.
6. Стратегия «премиального ценообразования» и условия ее применения.
7. Стратегия «ценового прорыва» и условия ее применения.
8. Стратегия «нейтрального ценообразования» и условия ее применения.
9. Роль эластичности спроса при выборе ценовой стратегии.
10. Взаимосвязь стратегии маркетинговой деятельности и ценовой стратегии в системе управления финансовой организацией.
11. Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции.
12. Особенности применения ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции.
13. Особенности применения ценовых стратегий в условиях олигополии.
14. Особенности применения ценовых стратегий в условиях монополии.
15. Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла (ЖЦ).
16. Применение внутренней и внешней маркетинговой информации в разработке ценовой стратегии финансовой организации.
17. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.
18. Законодательная база государственного регулирования цен на финансовом рынке в РФ.

19. Формы и методы государственного регулирования цен.
20. Методы затратного ценообразования.
21. Методы рыночного ценообразования.
22. Методы нормативно-параметрического ценообразования.
23. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках классической экономической школы.
24. Исторические аспекты развития теории стоимости в древности.
25. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках маржинализма.
26. Исторические аспекты развития теории стоимости в неоклассической экономической школы.
27. Ценообразование в зависимости от различных типов конкуренции.
28. Цена как элемент комплекса маркетинга. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене.

#### **6.2.4. Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости**

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

### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 рабочей программы дисциплины «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы».

## 7.2. Критерии оценивания компетенций

**Компетенция ПКН–3** «Способность разрабатывать методики и оценивать эффективность экономических проектов с учетом факторов риска в условиях неопределенности»

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– структуру и состав цены различных финансовых продуктов и услуг;</li> <li>– затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги;</li> <li>– основные законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять цену на финансовые продукты и услуги, используя различные методы;</li> <li>– осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов;</li> <li>– проводить расчет ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги;</li> </ul>	<p><b>Знать</b> основные элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций</p> <p><b>Знать и уметь</b> применять основные методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги.</p>	<p>Пороговый уровень – 20 баллов</p>
	<p><b>Знать и уметь</b> элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций.</p> <p><b>Владеть</b> методами ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги; механизм расчета ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги.</p>	<p>Продвинутый уровень – 40 баллов</p>

<p>услуги;  <b>Владеть:</b>  – методами ценообразования и управления ценами на финансовом рынке;  – навыками определения ценовой эластичности.</p>	<p><b>Знать и уметь</b> элементы структуры цены финансовых продуктов, основные нормативно-правовые и законодательные акты, регулирующие ценовую деятельность финансовых организаций; затратные, рыночные и нормативно-параметрические методы ценообразования, используемые при установлении цен на финансовые продукты и услуги.</p> <p><b>Знать и владеть</b> методами определения цены на финансовые продукты и услуги, осуществлять выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов, проводить расчет ценовой эластичности на финансовые продукты и услуги.</p>	<p>Высокий уровень  – 60 баллов</p>
--	--	---

**Компетенция ПКН–5 «Способность определять, анализировать и прогнозировать основные социально-экономические показатели объектов управления»:**

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<p><b>знать:</b>  – классификационные признаки, виды и условия применения стратегий управления ценами на финансовом рынке;  – особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка;</p>	<p><b>Знать</b> основные виды и условия применения стратегий управления ценами на финансовом рынке.</p> <p><b>Знать и уметь</b> анализировать выбранный тип ценовой стратегии на финансовом рынке с учетом фактора конкуренции.</p>	<p>Пороговый уровень  – 20 баллов</p>
<p>– тактические</p>	<p><b>Знать</b> основные</p>	<p>Продвинутый уровень</p>

<p>инструменты ценообразования на финансовом рынке;</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать выбранный тип ценовой стратегии на финансовом рынке с учетом фактора конкуренции;</li> <li>– применять элементы ценовой тактики в зависимости от изменений рыночной среды.</li> </ul>	<p>классификационные признаки, виды и условия применения стратегий управления ценами на финансовом рынке.</p> <p><b>Уметь</b> анализировать выбранный тип ценовой стратегии на финансовом рынке с учетом внешних факторов.</p>	<p>– 40 баллов</p>
<p>ценовой тактики в зависимости от изменений рыночной среды.</p> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными ценовыми стратегиями;</li> <li>– тактическими инструментами ценообразования.</li> </ul>	<p><b>Знать</b> классификационные признаки, виды и условия применения стратегий управления ценами на финансовом рынке, особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка; тактические инструменты ценообразования на финансовом рынке.</p> <p><b>Уметь и владеть</b> анализировать выбранный тип ценовой стратегии на финансовом рынке с учетом фактора конкуренции; применять элементы ценовой тактики в зависимости от изменений рыночной среды.</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

**Компетенция ДКМП–4** «Способности проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга»:

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<b>знать:</b>	<b>Знать</b> основные цели и	Пороговый уровень

<p>– цели разработки ценовой политики финансовой организации;</p> <p>– основные этапы разработки ценовой политики финансовой организации;</p> <p>– научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации;</p>	<p>этапы разработки ценовой политики финансовой организации.</p> <p><b>Знать и уметь</b> проводить анализ ценовой информации о конкурентах посредством интернет-технологий.</p>	<p>– 20 баллов</p>
<p><b>уметь:</b></p> <p>– разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием информационных технологий;</p> <p>– проводить анализ ценовой информации о конкурентах посредством интернет-технологий;</p> <p><b>владеть:</b></p> <p>– понятийным аппаратом в области ценообразования;</p> <p>– отраслевыми аспектами ценообразования на финансовом рынке.</p>	<p><b>Знать</b> основные цели и этапы разработки ценовой политики финансовой организации, основные научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации.</p> <p><b>Уметь</b> разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием информационных технологий, проводить анализ ценовой информации о конкурентах посредством интернет-технологий.</p>	<p>Продвинутый уровень – 40 баллов</p>
<p>– отраслевыми аспектами ценообразования на финансовом рынке.</p>	<p><b>Знать</b> цели и этапы разработки ценовой политики финансовой организации, научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации.</p> <p><b>Уметь и владеть</b> разрабатывать ценовую политику финансовой организации с учетом стратегических целей и использованием информационных технологий; проводить анализ ценовой информации о конкурентах посредством</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

	интернет-технологий с учетом отраслевых аспектов, использовать понятийный аппарат в области ценообразования.	
--	--	--

### 7.3. Типовые контрольные задания

Критерии оценивания Компетенций	Типовые контрольные задания
<b>Компетенция ПКН–3</b> «Способность разрабатывать методики и оценивать эффективность экономических проектов с учетом факторов риска в условиях неопределенности»	
<b>Знания:</b>	1. Перечислите и охарактеризуйте основные положения государственного регулирования цен в страховании. 2. Сравните преимущества и недостатки использования затратных методов ценообразования на финансовом рынке. 3. Укажите основные элементы состава цены на потребительские кредиты.
<b>Умения:</b>	Осуществите выбор наиболее оптимального варианта цены из нескольких вариантов.
<b>Владения:</b>	Проведите расчет ценовой эластичности потребителей на рынке ипотечного кредитования.
<b>Компетенция ПКН–5</b> «Способность определять, анализировать и прогнозировать основные социально-экономические показатели объектов управления»	
<b>Знания:</b>	1. Перечислите ценовые стратегии, относящиеся к группе ассортиментных. 2. Охарактеризуйте специфику применения тактических инструментов ценообразования на финансовом рынке.
<b>Умения:</b>	Проанализируйте тип ценовой стратегии выбранной финансовой организации.
<b>Владения:</b>	Разработайте методику реализации ценовой стратегии «снятия сливок» на рынке премиальных банковских карт.
<b>Компетенция ДКМП–4</b> «Способности проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга»	
<b>Знания:</b>	1. Перечислите цели разработки ценовой политики финансовой организации. 2. Охарактеризуйте научные принципы разработки ценовой политики финансовой организации.
<b>Умения:</b>	Проведите анализ ценовой информации о конкурентах на



	выбранном сегменте финансового рынка посредством интернет-технологий.
<b>Владения:</b>	Разработайте цели ценовой политики для выбранной финансовой организации с учетом отраслевой специфики.

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений**

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

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

##### **Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации (ст. 71).
2. Гражданский кодекс РФ. Часть I. Главы 27, 28.
3. Налоговый кодекс РФ. Часть II. Глава 25.
4. Указ Президента Российской Федерации от 28.02.1995 № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)». (с изм. и доп.)
5. Федеральный конституционный закон от 17.12.1997 № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации». (с изм. и доп.)
6. Федеральный закон от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях». (с изм. и доп.)
7. Федеральный закон от 28.08.1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
8. Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
9. Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги, утвержденных Министерством экономики РФ (06.12.1995 № СИ-484/7-982). (с изм. и доп.)
10. Методические рекомендации по разработке ценовой политики

предприятия. Утв. Приказом Минэкономки РФ от 01.10.1997 № 118. (с изм. и доп.)

### **Основная литература**

1. Управление ценами: Учебник / С.В. Карпова, В.Н. Русин, И.В. Рожков; Финуниверситет ; под ред. С.В. Карповой.— М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2016 .— 236 с.

2. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Азарова [и др.]; Финуниверситет; под ред. С.В. Карповой.- М.: Юрайт, 2017.- 458 с. - Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru>

3. Финансовый маркетинг: теория и практика: Учебник для магистров / О.А. Артемьева [и др.] Финуниверситет; под общей ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2013. – 424 с.

### **Дополнительная литература**

1. Никулина Н.Н. Страховой менеджмент: учебное пособие /Н.Н. Никулина, Н.Д. Эриашвили. – М.: Юнити, 2011,2012.- <ЭБС Znanium.com >

2. Шуляк П. Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012.- <ЭБС Znanium.com >

### **Периодические издания**

- Маркетинг в России и за рубежом
- Менеджмент в России и за рубежом
- Маркетинг и маркетинговые исследования
- Маркетинг услуг
- Российская экономика: теория и практика
- Российское предпринимательство
- Управленческие науки

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

1. Сайт правовой системы «Консультант Плюс» – //http://www.consultant.ru
2. Электронная библиотека Финансового университета –  
//http://www.elib.fa.ru
3. Каталог франшиз – //http://www.franchay.ru
4. Система профессионального анализа рынков и компаний –  
//http://www.spark-interfax.ru
5. Сайт правовой системы «Гарант» – //http://www.garant.ru
6. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека –  
http://www.rospotrebnadzor.ru
7. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» –  
//http://www.znanium.com
8. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»  
https://www.biblio-online.ru/
9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
10. База информационных материалов электронных и печатных средств массовой информации Public.ru http://public.ru/
11. Электронная библиотека http://grebennikon.ru

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Финансовый маркетинг»**

### **Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий**

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 кругу 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.

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 (презентаций) на практических занятиях;
- проверка результатов тестовых заданий на практических (семинарских) занятиях 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.

### ***Требования к оформлению контрольной работы***

Программой дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» предусмотрено обязательное выполнение контрольной работы. Контрольная работа выполняется согласно методическим указанием:

«Рожков И.В. Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке: методические указания по выполнению контрольной работы для студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (программа подготовки магистров), – М.: Финансовый университет, 2016. – 22 с.».

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

- Интернет-библиотека СМИ Public.Ru.
- ЭБС Znanium.com издательства «ИНФРА-М».
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
- Электронно-библиотечная система BOOK.ru.
- Система Профессионального Анализа Рынка и Компаний (СПАРК).
- Справочные правовые системы «Гарант», «Консультант», «Кодекс».

- Информационная система «Континент».
- Университетская информационная система «РОССИЯ».
- Программное обеспечение: Microsoft Office, MS Visio, Visual Studio 2008.

## **12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

- Учебно-лабораторное оборудование: компьютерный класс с доступом в Интернет; персональный компьютер преподавателя; проектор.

- 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.).