

Аннотация дисциплины

Международный финансовый маркетинг (на английском языке)

Цель дисциплины – освоение обучающимися основных понятий, концепций и принципов в организации международной маркетинговой деятельности финансовой организации, подготовка их к приобретению теоретических знаний по применению маркетингового инструментария в управлении международной финансовой организацией, необходимых для применения в практической деятельности.

Краткое содержание:

Концепции международного финансового маркетинга. Понятие глобального финансового маркетинга. Современные направления: нейромаркетинг, сенсорный маркетинг, латеральный маркетинг, цифровой маркетинг и др. Международная маркетинговая среда: экономические, политические, правовые, культурные, экологические факторы. SWOT-анализ. Особенности деятельности ТНК и ТНБ. Исследования в международном финансовом маркетинге. Маркетинговая информационная система (Marketing Information System) на международных финансовых рынках. Сегментация и позиционирование международных рынков. Специфика международного финансового маркетинга в России. Организация, стратегия и контроль в международном финансовом маркетинге. Конкуренция и конкурентоспособность на международном финансовом рынке. Организационные структуры международного финансового маркетинга. Понятие комплекса международного финансового маркетинга и его инструменты: товарная, ценовая, распределительная и коммуникационная политики. Специфика глобального финансового продукта (Global financial product) и международных финансовых брендов. Виды ценовой политики при выходе на внешний рынок. Выбор каналов распределения в международном финансовом маркетинге. Структура и особенности международного финансового коммуникативного комплекса. Инструменты рекламы, стимулирования сбыта, PR и прямого (директ) маркетинга в международном финансовом маркетинге. Интегрированные маркетинговые коммуникации (Integrated Marketing Communications). Особенности цифровых каналов продвижения и продаж на международном финансовом рынке.