

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Пензенский филиал)

Кафедра «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»

ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ

Вопросы к экзамену

для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика»
профиль «Финансовые рынки и банки»

*Одобрено кафедрой «Менеджмент, информатика и общегуманитарные
науки»
(протокол № 1 от 31 августа 2021г.)*

Пенза 2021

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Сущность, цели и принципы, основные элементы финансового маркетинга.
2. Процесс финансового маркетинга
3. Функции финансового маркетинга
4. Характеристика финансовых рынков, их классификация
5. Функции финансового рынка
6. Показатели финансового рынка
7. Сущность и виды рынка ценных бумаг
8. Характеристика страхового рынка, его виды
9. Рынок банковских услуг
10. Инновационные виды финансового маркетинга
11. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды финансового рынка.
12. Макро- и микросреда финансового маркетинга.
13. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.
15. Конкурентные стратегии на финансовых рынках
16. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках: цели, задачи, методы, принципы, этапы.
17. Особенности сегментации на рынке ценных бумаг
18. Особенности сегментации на рынке банковских услуг
19. Подходы к выбору целевого сегмента финансового рынка
20. Позиционирование на финансовых рынках: цели, задачи и способы.
21. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления.
22. Ассортиментная политика финансовой организации.
23. Формирование ценовой политики и особенности ценообразования на финансовых рынках.
24. Стратегии ценообразования финансовой организации.

25. Основные направления политики распределения на финансовых рынках.
26. Особенности сбыта на финансовых рынках.
27. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках.
28. Особенности стимулирования сбыта на финансовых рынках.
29. Связи с общественностью («Public Relations» – PR) и их роль в создании имиджа финансовой организации
30. Особенности рекламной кампании на финансовых рынках
31. Развитие инструментов прямого маркетинга на финансовых рынках.
32. Общая характеристика комплекса финансового маркетинга, его элементы.
33. Характеристика финансовых продуктов и услуг на рынке.
34. Брендинг и ребрендинг на финансовых рынках.
35. Эволюция финансового маркетинга в России и за рубежом.
36. Источники маркетинговой информации на финансовых рынках.
37. План маркетинга финансовой организации: структура и эффективность применения.
38. Планирование маркетинга на финансовых рынках: цели, задачи, этапы.
39. Стратегическое планирование как инструмент принятия управленческих решений на финансовых рынках.
40. Значение формирования маркетинговой стратегии для финансовых организаций
41. Особенности организационных структур управления финансовой организации.
42. Основные задачи и функции службы маркетинга финансовой организации.
43. Контроль в финансовом маркетинге: цели, задачи, содержание и виды.

44. Участники финансового рынка. Процесс принятия решений о приобретении финансовых продуктов

45. Качество финансовых услуг. Методики оценки качества финансовых услуг.