

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

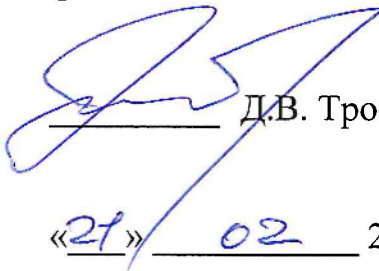
Высшая школа финансовых технологий

ПРОГРАММА

повышения квалификации

**Поведенческие финансы и инновационный маркетинг
в финансовых технологиях**

Директор Высшей школы
финансовых технологий


____ Д.В. Трофимов

«21» / 02 2018 г.

Москва 2018

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации**»
(**Финансовый университет**)

Высшая школа финансовых технологий

Обсуждено и одобрено
на Учёном совете институтов и
школ дополнительного
профессионального образования

Протокол № 22

от « 20 » февраля 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по дополнительному
образованию



Е.А. Диденко

« 20 » февраля 2018 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы повышения квалификации

**Поведенческие финансы и инновационный маркетинг
в финансовых технологиях**

Цель	Повышение квалификации и совершенствование компетенций по ключевым вопросам поведенческих финансов и маркетинговой деятельности в сфере финансовых технологий.
Профессиональные компетенции	<ul style="list-style-type: none"> ▪ способность определять специфику применения маркетинговых коммуникаций; ▪ способность оценивать эффективность маркетинговой деятельности в сфере финансовых технологий; ▪ способность использовать поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продаж финансовых услуг.
Категория слушателей	Все заинтересованные лица, получившие высшее образование, в том числе осуществляющие или планирующие деятельность в сфере финансовых технологий.
Срок обучения	18 часов

Форма обучения	Очная
Режим занятий	Дневная форма: (в рамках 1-й недели): ▪ будние дни и суббота: 2-3 дня по 2-4 часа

№№ п/п	Наименование разделов, тем	Всего часов тру- доёмкости	В том числе				Самостоятель- ная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятель- ная работа		
			Всего часов	из них				
		Лек- ции		Практиче- ские заня- тия				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	
1.	Тема 1. Инновационный маркетинг в финансовых технологиях	10	4	2	2	6	Опрос, решение ситуаций	
2.	Тема 2. Поведенческие финансы	6	2	1	1	4	Опрос, решение ситуаций	
	Всего	16	6	3	3	10		
	Итоговая аттестация	2	2	0	2	0	Зачет	
	Общая трудоёмкость программы	18	8	3	5	10		

Планируемые результаты обучения (образовательные результаты)

Уровень образования поступающих для обучения по программе ДПО слушателей: не ниже 6 - бакалавриат.

Слушатель, освоивший программу повышения квалификации, должен обладать следующими новыми компетенциями и/или компетенциями, подлежащими совершенствованию:

№ п/п	Наименование раздела (темы, модуля) учебного плана	Виды деятельности	Новые профессиональные компетенции и/или компетенции, подлежащие совершенствованию
1.	Тема 1. Инновационный мар-	Организа- ционно-управ- ленческая дея- тельность	▪ владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

	кетинг в финансовых технологиях	Информационно-аналитическая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); ▪ владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путём их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10); ▪ умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13); ▪ умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).
		Предпринимательская деятельность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).
2.	Тема 2. Поведенческие финансы	Организационно-управленческая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).
		Информационно-аналитическая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); ▪ владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путём их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10); ▪ умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13); ▪ умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

		Предпринимательская деятельность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).
--	--	----------------------------------	---

По итогам освоения программы слушатель должен:

▪ **знать:**

- основные концепции финансового маркетинга, их существенные черты; современные направления развития комплекса маркетинга;
- основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга;
- инструменты принятия маркетинговых решений в условиях развития финансового рынка, подходы к построению современной системы маркетинговых коммуникаций;

▪ **уметь:**

- идентифицировать основные концепции финансового маркетинга;
- обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию; выбирать оптимальные маркетинговые инструменты, применяемые в сфере финансовых технологий;
- оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения современных маркетинговых технологий;
- применять поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продажи товаров и услуг;

▪ **владеть:**

- навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг.

Рабочая программа учебного курса

Тема 1. Инновационный маркетинг в финансовых технологиях

Информационная среда, виды информационных сообщений. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды. Особенности современного маркетинга в финансовой сфере. Современные виды финансового маркетинга: нейромаркетинг; интернет-маркетинг; сенсорный, вирусный, экологический, латеральный маркетинг и др. Инновационные маркетинговые технологии: вирусный маркетинг, buzz-маркетинг, блогмаркетинг (блоггинг) и др.

Потребители финансовых продуктов и услуг как объекты финансовых рынков. Виды потребителей на финансовых рынках и анализ их экономического поведения. Стандартизированный и индивидуализированный комплексы финансового маркетинга. Элементы комплекса финансового маркетинга: финансовые продукты и услуги; цена; распределение; продвижение, их взаимосвязь. Факторы, влияющие на выбор оптимальной структуры комплекса финансового маркетинга. Принципы разработки комплекса финансового маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение.

Эффективность финансового маркетинга: понятие, критерии и показатели. Система продвижения (коммуникации), управление эффективными продажами и мерчандайзинг на финансовых рынках. Практика организации финансового маркетинга: международный и современный российский опыт.

Тема 2. Поведенческие финансы

Нейробиологические основы поведенческих финансов. Механизм принятия финансовых рисков индивидом: концепция полезности, первичность эмоций, оценка вероятностей, определение точек отсчёта. Строение мозга, зоны мозга и их активация при оценке риска и принятии неприятных и приятных решений. Ключевые группы инструментов поведенческих финансов

(behavioral finance – BF): эвристики, фрейминг, эмоции, влияние на рынок. Направления развития применения инструментов BF: инвесторы, корпорации, рынки, регулирование, образование. Психологические концепции, лежащие в основе поведенческих финансов: теория перспектив, когнитивный диссонанс, фрейминг. Обоснование необходимости регулирования государством волатильной сферы соприкосновения финансов с человеческой психикой с точки зрения поведенческих финансов. Эвристика: определение, обоснование эвристик, причины существования эвристик, правила использования эвристик, категории эвристик. Эксплуатация эвристик: фрикономика – наука об эксплуатации эвристик. Применение текстового анализа в поведенческих финансах.

Формы и методы обучения

Программа является практико-ориентированной и включает перечень тем, виды занятий, предназначенные для приобретения слушателями практических знаний, умений и навыков, необходимых для решения поставленных целей. Учебная программа включает лекционный курс, практические занятия и самостоятельную работу слушателей по важнейшим вопросам образовательной программы. Практические занятия включают выполнение творческих заданий, решение конкретных задач. Программа предполагает определённую самостоятельную работу по освоению практических навыков, использования знаний и умений слушателей.

Автор учебного курса

Директор Высшей школы финансовых технологий Финансового университета, к.э.н. Трофимов Дмитрий Викторович.

Список литературы, необходимой для освоения программы

Законодательные и нормативные акты

1. ФЗ «О коммерческой тайне» от 29 июля 2004г. № 98-ФЗ. «Собрание законодательства РФ», 09.08.2004, N 32, ст. 3283.

2. ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ. «Собрание законодательства РФ», 20.03.2006, N 12, ст. 1232.
3. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». от 27 июля 2006г. № 149-ФЗ. «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3448.

Основная литература

4. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры /Под общ. ред. С. В. Карповой. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 457 с. - Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.
5. 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>.
6. 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.

Рекомендуемая литература

7. Карпова С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; Финуниверситет ; под общ. ред. С.В. Карповой - М.: Юрайт, 2014, 2015 - 439 с.; То же 2017 [Электронный ресурс] - Режим доступа:<https://www.biblio-online.ru>.
8. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова; Финуниверситет - М.: Юрайт, 2014 - 431 с. - 2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
9. Маркетинг. Практикум: Учебное пособие для академического бакалавриата / ; Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой - М.: Юрайт, 2014, 2015 - 326 с. ; То же 2016 [Электронный ресурс]. -

Шкала оценивания знаний при аттестации:

- менее 50% – «не зачтено»;
- более 50% – «зачтено».

Аттестация проводится в форме зачета. При этом оценка знаний слушателей осуществляется в баллах в комплексной форме:

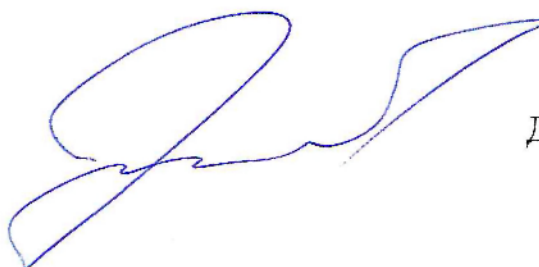
<i>Вид деятельности</i>	Удельный вес, %
Посещение лекций и семинаров	15
Работа на занятиях (участие в дискуссии, разбор практических ситуаций)	35
Опрос, решение ситуаций	50
Итого	100

Пример вопросов на решение ситуации для итогового теста:

1. *Финансово-технологические услуги в России развиваются высокими темпами, в том числе при использовании современных маркетинговых технологий. Каковы тенденции развития финансового маркетинга? Какие мероприятия digital-маркетинга Вы считаете наиболее эффективными для применения на рынке финансовых услуг? Приведите примеры.*

2. *Одной из наиболее актуальных тем в сфере финансовых технологий является тема о перспективах развития криптовалют и их использования в платежной сфере. Приведите примеры эмоционального содержания новостей на эту тему и их корреляции с процессами, происходящими в сфере платежных технологий и криптовалют?*

Директор Высшей школы
финансовых технологий



Д.В. Трофимов

«21» 02 2018 г.