Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.11.01 Маркетинг на фин.рынке

1. Место дисциплины в структуре ОП ВО бакалавриата направления 38.03.01 "Экономика"

Данная дисциплина (модуль) относится к вариативной части Б1.В.ДВ.11.01 и изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения гуманитарных, социальных, математических и естественнонаучных дисциплин, изучающих разнообразные аспекты управления организацией. Особое значение имеет освоение студентами таких дисциплин, как основы банковского дела, общего маркетинга, теории статистики и математики, финансы и др.

2. Цели освоения учебной дисциплины.

Цели:

- обучение и развитие знаний и навыков в области предлагаемой дисциплины согласно современным тенденциям развития рыночной экономики;
- сформировать навыки использования современных технологий в маркетинге; ознакомить с процессами маркетинговых исследований, видами, источниками и методами сбора маркетинговой информации;
- развить умение использовать принципы, закономерности и механизмы маркетинга в процессе управления маркетинговой деятельности организации, обеспечивающих эффективное создание и продвижение на финансовом рынке и достижение поставленных целей.

Задачи:

- исследование рынка, то есть определение потенциальных клиентов, где и как они совершают покупки или заказывают оборудование или предоставление услуг, какие сознательные и подсознательные мотивы влияют на их решения по приобретению или заказу товара;
- прогнозирование рынка, то есть исследование тенденций его развития и предвидения будущих потребностей заказчиков и покупателей;
- планирование ассортимента продукции, выпускаемой фирмой, т.е. определение, какие продукты следует производить фирме, каким способами, в каких количествах и по какой цене их реализовывать, чтобы повлиять на положительное решение потенциального клиента;
- планирование товародвижения, то есть определение наиболее подходящих каналов и маршрутов поставок товаров производителем потребителю;

МСИ
Подписан: МСИ
Основание: Я являюсь автором этого документа
Дата: 2021.09.17 09:57:11 GMT

- стимулирование сбыта: планирование оптимальных средств установления контактов с потенциальными потребителями и воздействия на их решение о покупке;
- организация сбыта: организация и контроль процессов стимулирования сбыта, распределения товаров, фактической их продажи и послепродажного обслуживания;
- формирование теоретических и практических навыков при работе на финансовом рынке;
- управление системой формирования спроса и стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта, рекламы;
- изучение основных идей и правил управления, планированием и контролем деятельности на финансовом рынке.

3. Структура дисциплины

Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга
Процесс маркетингового управления в коммерческом банке
Планирование маркетинговой деятельности
в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке
Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка
Особенности политики ценообразования банка
Формирование коммуникативной политики банка
Организационные структуры управления банком
Тенденции развития финансового рынка

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю) ««Маркетинг на финансовом рынке»:

владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

<u>В ходе обучения дисциплины студенты готовятся к следующим видам деятельности:</u>

1. аналитическая деятельность
2. научно-исследовательская деятельность
3. педагогическая деятельность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<u>Знать:</u>

- ✓ основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения;
- ✓ происходящие в обществе процессы;

- ✓ перспективные направления научных исследований и основные результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по проблемам страхования.

Уметь:

- ✓ применять основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, а так же навыки работы с компьютером как средством управления информацией и соответственно работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- ✓ самостоятельно оценить и критически проанализировать информацию по проблемам маркетинга;
- ✓ выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;
- ✓ использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

Владеть:

- ✓ навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач;
- ✓ современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;
- ✓ методикой построения, анализа и применения математических моделей и прогноза развития экономических явлений и процессов.

Приобрести опыт деятельности в рамках своей компетенции.

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы (ЗЕ), 72 академических часа.

6. Форма контроля.

Форма контроля по дисциплине – зачет.