



«Финансовый маркетинг», В. 3.9.

Лектор	ст. преподаватель Осмонжанова Жылдыз Асанбековна
Контактная информация	почта – <a href="mailto:zhyldyz.osmonjanova.87@mail.ru">zhyldyz.osmonjanova.87@mail.ru</a>
Количество кредитов	3 кредита, 45 контактных часов
Группа	ФК-1,2-18
Дата	Сентябрь-декабрь 2021г.
Цель и задачи курса	<p><b>Цель дисциплины</b> «Финансовый маркетинг» - формирование у студентов теоретических знаний о современных особенностях маркетинговой деятельности на финансовых рынках и приобретение практических навыков в области стратегического и операционного маркетинга.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• изучить понятийный и категориальный аппарат финансового маркетинга;</li><li>• изучить специфику маркетинговых исследований и ситуационного анализа в современных условиях;</li><li>• изучить маркетинговые стратегии финансовых организаций;</li><li>• изучить особенности сегментации и позиционирования в современных условиях;</li><li>• изучить модели поведения потребителей и покупателей на финансовых рынках;</li><li>• изучить особенности товарной, ценовой и сбытовой политики финансовых организаций;</li><li>• изучить специфику маркетинговых коммуникаций финансовых организаций.</li></ul>
Описание курса	Дисциплина «Финансовый маркетинг» 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 маркетинга на финансовых рынках.
Пре репреквизиты	Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами на следующих общеэкономических и методологических дисциплинах: «Менеджмент», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Финансы», «Маркетинг», «Финансовая среда предпринимательства» и др.
Пост репреквизиты	В результате изучения курса «Финансовый маркетинг» будущие специалисты овладевают навыками, которые пригодятся для таких

	дисциплин как: «Финансовый менеджмент», «Финансовый анализ», и др.
Компетенции	<p><b>ПК-4</b> <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общую структуру законодательства Кыргызской Республики; перечень и основное содержание законов Кыргызской Республики, регулирующих финансовую сферу и развитие финансовых рынков;</li> </ul> <p><b>ПК-6</b> <b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• применяемые в Кыргызской Республике и в мировой практике инструменты и методы финансового, управленческого и социально-экономического регулирования;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить количественный и качественный анализ состояния денежно-кредитной сферы экономики, развития финансовых рынков в современных условиях;</li> </ul> <p><b>ПК-11</b> <b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками использования междисциплинарного подхода к анализу деятельности рыночных субъектов в денежно-кредитной и финансово-бюджетной сферах экономики, а также на финансовых рынках.</li> </ul>
Политика курса	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не опаздывать на занятия</li> <li>• Не разговаривать во время занятий, не читать газеты</li> <li>• Отключить сотовый телефон</li> <li>• Не пропускать занятий, в случае болезни предоставить справку</li> <li>• Пропущенные занятия отрабатывать в определенное преподавателем время</li> <li>• Активно участвовать в учебном процессе</li> <li>• На занятия приходить подготовленными</li> <li>• Своевременно и старательно выполнять домашние задания</li> <li>• Быть пунктуальным и обязательным</li> </ul>
Методы преподавания	<ul style="list-style-type: none"> <li>- лекции</li> <li>- семинарские, практические</li> <li>- дискуссии</li> <li>- презентации докладов и рефератов</li> <li>- ролевые игры</li> <li>- работа в малых группах</li> <li>- разбор конкретных ситуаций и кейсов</li> <li>- анализ статистических материалов</li> <li>- написание экономических эссе</li> </ul>

	<p>- решение задач.</p> <p>- и другие интерактивные методы с применением элементов критического мышления.</p>
Форма контроля знаний	Баллы распределяются следующим образом: рубежный контроль (2 модуля) – 40 баллов (1 модуль – 20б., 2 модуль – 20б.), текущий контроль – 40 баллов, дополнительно – 10 баллов, итоговый - 20 баллов, итого - 100 баллов.
Литература: Основная Дополнительная	<p style="text-align: center;"><b>Нормативно – правовые акты:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конституция Кыргызской Республики</li> <li>2. Закон «О Национальном Банке Кыргызской Республики, банках и банковской деятельности от 16 декабря 2016 года № 207</li> <li>3. Закон «Об организации страхования в Кыргызской Республике» от 23 июля 1998 года № 96</li> <li>4. Закон «Об инвестициях в Кыргызской Республике» от 27 марта 2003 года № 66</li> <li>5. Национальная стратегия развития КР на 2018-2040годы. Ноябрь 2018гг.</li> <li>6. Стратегия Основные направления развития банковской системы Кыргызской Республики на 2018-2021 годы от 27 декабря 2017 года</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Основная литература:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: Учебник для бакалавров и магистров – М.: Юрайт, 2018. – 424 с.</li> <li>8. Котлер. Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: 2019 г.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Дополнительная литература:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Грязнова А.Г. Финансы: учебник – 2-е издание. М.: Финансы и статистика, 2019г.</li> <li>10. Камчыбеков Т.К., Атышов К., Бакас уулу Б. Экономика Кыргызской Республики. КЭУ. Б. 2018г.</li> <li>11. Карпова С.В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; под общ. ред. С.В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 439 с. – Серия: Бакалавр. Прикладной курс.</li> <li>12. Карпова С.В. Маркетинг. Практикум: учеб. пособие для академического бакалавриата / под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2015. – 325 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.</li> <li>13. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник для бакалавров. – 2-е изд., пере-раб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2015.</li> <li>14. Колосов А.В. Экономическая безопасность хозяйственных систем. Учебник. М.: 2018г.</li> </ol>

	<p>15. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бака-лавров. /И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. – И.: Изд-во Юрайт, 2018.</p> <p>16. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник /под общ. ред. И.М. Синяевой – М.: ЮНИТИ, 2018. – 504 с.</p> <p style="text-align: center;"><b>Интернет ресурсы:</b></p> <p>17. <a href="http://www.gov.kg">http://www.gov.kg</a> – Официальный сайт Правительства Кыргызской Республики</p> <p>18. <a href="http://www.nbkr.kg">www.nbkr.kg</a> – Национальный Банк Кыргызской Республики</p> <p>19. <a href="http://www.mineconom.kg">www.mineconom.kg</a> – Министерство экономики Кыргызской Республики</p> <p>20. <a href="http://www.stat.kg">www.stat.kg</a> – Национальный Статистический Комитет Кыргызской Республики</p> <p>21. <a href="http://www.minfin.kg">www.minfin.kg</a> – Министерство Финансов Кыргызской Республики</p> <p>22. <a href="http://www.minjust.gov.kg">www.minjust.gov.kg</a> - Официальный сайт Министерства Юстиций Кыргызской Республики.</p>
СРС	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем заключается сущность финансового маркетинга?</li> <li>2. Охарактеризуйте содержание банковского маркетинга.</li> <li>3. Какие задачи выполняет банковский маркетинг?</li> <li>4. В чем заключается концепция банковского маркетинга?</li> <li>5. Охарактеризуйте содержание маркетинговой деятельности.</li> <li>6. Приведите классификации спроса на банковский продукт по психофизиологической реакции покупателей и по степени удовлетворения их потребностей.</li> <li>7. Что такое рендит?</li> <li>8. Что такое спрэд?</li> <li>9. Какие этапы включает в себя процесс банковского маркетинга?</li> <li>10. Какие функции выполняет банковский маркетинг?</li> <li>11. Охарактеризуйте план банковского маркетинга.</li> <li>12. В чем заключается стратегия банковского маркетинга?</li> <li>13. Охарактеризуйте концепции стратегии банковского маркетинга.</li> <li>14. Дайте понятие тактики банковского маркетинга.</li> <li>15. Роль финансового маркетинга в экономическом развитии Кыргызстана.</li> <li>16. Маркетинг как инструмент развития финансовой организации.</li> <li>17. Поведение потребителей на финансовых рынках.</li> <li>18. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды финансовых рынках.</li> <li>19. Понятие и виды конкуренции на финансовых рынках.</li> <li>20. Конкурентные стратегии на финансовых рынках.</li> <li>21. Инновации как способ достижения конкурентного преимущества финансовой организации.</li> </ol>

	<p>22. Маркетинговые исследования на финансовых рынках.</p> <p>23. Особенности сегментирования на финансовых рынках.</p> <p>24. Стратегическое планирование как инструмент принятия управленческих решений на финансовых рынках.</p> <p>25. Значение маркетинговой стратегии для финансовых рынков.</p> <p>26. Особенности SWOT-анализа различных субъектов финансовых рынков.</p> <p>27. Основные задачи и функции службы маркетинга финансовой организации.</p> <p>28. Контроль и его виды в финансовом маркетинге.</p> <p>29. Комплекс финансового маркетинга и его элементы.</p> <p>30. Характеристика финансовых продуктов и услуг на рынке.</p> <p>31. Брендированная политика финансовой организации.</p> <p>32. Брендированное и ребрендированное на финансовых рынках.</p> <p>33. Внедрение нового финансового продукта и услуги на рынок.</p> <p>34. Формирование ценовой политики и особенности ценообразования на финансовых рынках.</p> <p>35. Стратегии ценообразования финансовой организации.</p> <p>36. Современные тенденции развития системы распределения (товародвижения) на финансовых рынках.</p> <p>37. Управление продажами на финансовых рынках.</p> <p>38. Маркетинговые коммуникации на финансовых рынках.</p> <p>39. Особенности рекламной кампании на финансовых рынках.</p> <p>40. Связи с общественностью («Public Relations») и их роль в создании имиджа финансовой организации.</p> <p>41. Особенности стимулирования сбыта на финансовых рынках.</p> <p>42. Условия и факторы, формирующие спрос на финансовые продукты (услуги).</p> <p>43. Методы изучения поведения потребителей финансовых продуктов (услуг).</p> <p>44. Усиление роли финансового маркетинга в условиях вступления России в ВТО.</p>
Примечание	

#### Политика выставления баллов

п/п	№	Виды контроля	Баллы	Вид итогового контроля
1		Текущий контроль	40	Экзамен
2		Рубежный контроль	40	
3		Итоговый контроль	20	

Согласно программе, предусмотрена сдача 2-х модулей в семестре. В установленные преподавателем дни студенты должны сдавать модули.

Вопросы модулей будут заранее озвучены преподавателем. Во время

всего учебного семестра студент имеет возможность заработать дополнительные баллы (см. текущий контроль), в виде сдачи презентаций и защиты кейсов по заранее заданным темам.

Баллы распределяются следующим образом: рубежный контроль (модули) - 40 баллов, текущий контроль – 40 баллов, дополнительно – 10 баллов, итоговый - 20 баллов, итого - 100 баллов.

Если студент не смог сдать модуль вовремя рейтинг - контроля по уважительной причине, то сдача модуля допускается с разрешения офис-регистратуры Университета.

**Календарно-тематический план распределения часов с указанием недели, темы**

№	Дата	Тема	Кол-во часов	Литература	Подготовительные вопросы по модулям
<b>1- модуль</b>					
1	16/09 22/09	Понятие и сущность современного финансового маркетинга	4	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018. Котлер. Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: 2019г..	1. Основные цели и задачи финансового маркетинга. 2. Сущность, принципы и функции финансового маркетинга. 3. Особенности современных концептуальных подходов к финансовому маркетингу. 4. Спрос на финансовых рынках: характеристика, структура, динамика. 5. Анализ объемов потребления на финансовых рынках. 6. Внутренняя и внешняя среда финансового маркетинга.
2	23/09 30/09	Финансовый рынок и маркетинговая среда	4	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018. Котлер. Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: 2019г..	7. Факторы макро- и микросреды финансового маркетинга. 8. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды и ее влияние на принятие маркетинговых решений. 9. Анализ современных тенденций формирования маркетинговой среды. 10. Особенности проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках.
3	06/10 07/10 14/10	Маркетинговые исследования на финансовом рынке	6	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018. Котлер. Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: 2019г..	11. Планирование и проведение маркетинговых исследований на финансовых рынках. 12. Этапы проведения маркетингового исследования. 13. Маркетинговые стратегии на финансовом рынке 14. Планирование на финансовом рынке

4	20/10 21/10	Стратегия и планирование финансового маркетинга	4	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	15. Управление маркетинговыми стратегиями на финансовом рынке 16. Комплекс маркетинга 17. Маркетинг микс (4,5,7 и 9 Р) 18. Товарная политика 19. Ценовая политика 20. Каналы и система продвижения
	28/10 03/11	Комплекс финансового маркетинга и его элементы	5	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	
<b>2- модуль</b>					
5	04/11 11/11 17/11	Понятие и сущность банковского маркетинга	6	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	1. Понятие и сущность банковского маркетинга 2. Современные направления банковского маркетинга 3. Маркетинговые исследования в банках
6	18/11 25/11 01/12	Понятие и сущность страхового маркетинга	6	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	4. Комплекс банковского маркетинга 5. Международный банковский маркетинг 6. Понятие и сущность страхового маркетинга 7. Характеристика страхового рынка 8. Особенности страхового маркетинга 9. Концепции и этапы развития страхового маркетинга 10. Внутренние и внешние источники информации, характеризующие страховой рынок 14. Исследование потребительского поведения на страховом рынке 16. Сегментирование страхового рынка
7	02/12 09/12	Понятие и сущность маркетинга на рынке ценных бумаг	4	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	17. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании 19. Маркетинговые стратегии страховой компании 21. Управление и планирование в страховом маркетинге 22. Маркетинг рынка ценных бумаг: сущность, особенности и основные характеристики 23. Фондовые биржи 24. Понятие и сущность инвестиционного маркетинга 25. Продвижение инвестиционных проектов на финансовом рынке 26.
8	15/12 16/12 23/12	Понятие и сущность инвестиционного маркетинга	6	Карпова С.В. Финансовый маркетинг: теория и практика: – М.: 2018.	
		Всего	45ч.		

### График самостоятельной работы студентов

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Сумма баллов
1	Текущий контроль	индивидуально								индивидуально								40 баллов

[www.keu.edu.kg](http://www.keu.edu.kg)

\*СРС – самостоятельная работа студентов.

*Примечание:* График проведения рубежного и итогового контроля устанавливается Учебным отделом.