

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 08.12.2025 08:38:15

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе


Л.В. Крылова
“26” NOV 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.01 «Маркетинг на финансовом рынке»

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 «Экономика и управление»

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль: Маркетинг

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 4 курс

очно-заочная форма обучения 4 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с
ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

**Донецк
2025**

*А программа учебной дисциплины «Маркетинг на финансовом рынке»
обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика,
профилю: Маркетинг,
разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом
ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:
- в 2025 г. – для очной формы обучения;
- в 2025 г. – для очно-заочной формы обучения.*

Разработчик: Кудинов Э.А., доцент кафедры маркетинга и торгового дела, канд. экон. наук

**КАФЕДРА
МАРКЕТИНГА И
ТОРГОВОГО ДЕЛА**

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «25» февраля 2025 года № 16

Заведующая кафедрой маркетинга и торгового дела

И.М. Рвачева
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

Д.В. Махношов
(подпись)
Дата «25» февраля 2025 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «26» февраля 2025 года № 7

Председатель _____ Л.В. Крылова
(подпись)

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц - 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление Направление подготовки 38.03.01 Экономика	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Модулей - 1	Профиль: Маркетинг	Год подготовки	
Смысловых модулей - 3		4-й	4-й
Общее количество часов 108		Семестр	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2,88 самостоятельной работы обучающегося – 3,76		7-й	7-й
		Лекции	
		32 час.	16 час.
		Практические, семинарские занятия	
		14 час.	6 час.
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	
		60,15 час.	84,15 час.
		Индивидуальные задания: (контрольная работа, курсовой проект (работа)	
		3ТМК	3ТМК
		Форма промежуточной аттестации: (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	
		зачет	зачет

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 46:60,15
для очно-заочной формы обучения – 22:84,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся профессионального мышления и научного мировоззрения, развитие навыков самостоятельной работы в усвоении учебного материала относительно специфики маркетинга на финансовом рынке и возможности использования его инструментов в практической деятельности.

Задачи учебной дисциплины: выработка умений применять методический инструментарий маркетинга относительно разработки и реализации задач предприятий, осуществляющих свою деятельность на финансовом рынке; разрабатывать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в финансовых учреждениях с целью повышения эффективности их функционирования.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Маркетинг на финансовом рынке» относится к части дисциплин ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Маркетинг», «Статистика» и «Информационные технологии и системы в экономике».

«Входные» требования к знаниям и умениям обучающихся:

- владение коммуникативными навыками;
- умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач;
- владение комплексом маркетинговых инструментов;
- владение компьютерной грамотностью (это предполагает: умение вводить и редактировать информацию (текстовую, графическую);
- умение обрабатывать количественные данные с помощью программ электронных таблиц;
- умение работать с базами данных (формулировать запросы);
- умение распечатывать информацию на принтере.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик.	ИДК-1пк2 Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики. ИДК-2пк2 Уметь проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса

	маркетинга, давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. ИДК-ЗПК2 Владеть навыками формирования предложений по совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик организации.
--	---

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: сущность финансового рынка и его структуру; особенности инструментов маркетинга в системе финансового рынка; особенности коммуникационной, ценовой, распределительной политики на финансовом рынке; механизм и каналы продаж на финансовом рынке; механизм формирования конкуренции на финансовом рынке; специфику маркетинговых исследований на финансовом рынке; составляющие информационной инфраструктуры финансового рынка; особенности сегментации на финансовом рынке; базовые стратегии финансового рынка

уметь: использовать специфические приемы и инструменты маркетинга на финансовом рынке, самостоятельно разрабатывать программу маркетинга для предприятий, работающих на данном рынке.

владеть: навыками маркетинговой политики на финансовом рынке; формированием механизма и каналов продаж на финансовом рынке; разработкой программы маркетинга для отдельно взятого предприятия.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.

Тема 1. Финансовый рынок как объект маркетинговой деятельности.

Тема 2. Содержание маркетинга на финансовом рынке.

Смысловой модуль 2. Информационное обеспечение маркетинга и методы исследования финансового рынка.

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинга на финансовом рынке.

Тема 4. Методы исследования финансового рынка.

Смысловой модуль 3. Маркетинг сегментов финансового рынка.

Тема 5. Маркетинг в банковской сфере.

Тема 6. Маркетинг страховой деятельности.

Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг.

Тема 8. Инвестиционный маркетинг.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов									
	очная форма обучения					очно-заочная форма обучения				
	всего	в том числе*:				всего	в том числе*:			
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴		л	п	лаб.	инд.
						СР ⁵				

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Смысловой модуль 1. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.													
Тема 1. Финансовый рынок как объект маркетинговой деятельности.	12	4	1				7	13,5	2	0,5			11
Тема 2. Содержание маркетинга на финансовом рынке.	12	4	1				7	13,5	2	0,5			11
Итого по смысловому модулю 1	24	8	2				14	27	4	1			22
Смысловой модуль 2. Информационное обеспечение маркетинга и методы исследования финансового рынка.													
Тема 3. Информаци- онное обеспечение маркетинга на финансовом рынке.	13	4	2				7	13,5	2	0,5			11
Тема 4. Методы исследования финансового рынка.	17,15	4	2				11,15	13,65	2	0,5			11,15
Итого по смысловому модулю 2	30,15	8	4				18,15	27,15	4	1			22,15
Смысловой модуль 3 Маркетинг сегментов финансового рынка.													
Тема 5. Маркетинг в банковской сфере.	13	4	2				7	13	2	1			10
Тема 6. Маркетинг страховой деятельности.	13	4	2				7	13	2	1			10
Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг.	13	4	2				7	13	2	1			10
Тема 8. Инвестици-	13	4	2				7	13	2	1			10

онный маркетинг											
<i>Итого по смысловому модулю 3</i>	52	16	8			28	52	8	4		40
Всего часов	106,15	32	14			60,15	106,15	16	6		84,15
<i>Катт</i>	1,6			1,6			1,6			1,6	
<i>СРЭк</i>											
<i>ИК</i>											
<i>КЭ</i>											
<i>Каттэк</i>	0,25			0,25			0,25			0,25	
<i>Контроль</i>											
Всего часов:	108	32	14		1,85	60,15	108	16	6		1,85
											84,15

*Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СР – самостоятельная работа;

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно- заочная форма
1	Финансовый рынок как объект маркетинговой деятельности.	1	0,5
2	Содержание маркетинга на финансовом рынке.	1	0,5
3	Информационное обеспечение маркетинга на финансовом рынке.	2	0,5
4	Методы исследования финансового рынка.	2	0,5
5	Маркетинг в банковской сфере.	2	1
6	Маркетинг страховой деятельности.	2	1
7	Маркетинг на рынке ценных бумаг.	2	1
8	Инвестиционный маркетинг	2	1
Всего:		14	6

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ - не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов

		очная форма	очно-заочная форма
	Не предусмотрено учебным планом	-	-
...			
Всего:			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Финансовый рынок как объект маркетинговой деятельности.	7	11
2	Содержание маркетинга на финансовом рынке.	7	11
3	Информационное обеспечение маркетинга на финансовом рынке.	7	11
4	Методы исследования финансового рынка.	11,15	11,15
5	Маркетинг в банковской сфере.	7	10
6	Маркетинг страховой деятельности.	7	10
7	Маркетинг на рынке ценных бумаг.	7	10
8	Инвестиционный маркетинг	7	10
Всего:		60,15	84,15

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями

обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
- 2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для текущего модульного контроля

Смысовой модуль 1. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.

1. Финансовый рынок: понятие и сущность.
2. Функции финансового рынка.
3. Структура финансового рынка.
4. Субъекты финансового рынка.
5. Проблемы современного финансового рынка.
6. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.
7. Основные концепции маркетинга на финансовом рынке.
8. Разработка маркетинговой ценовой политики на финансовом рынке.
9. Разработка маркетинговой товарной политики на финансовом рынке.
10. Разработка маркетинговой коммуникационной политики на финансовом рынке.
11. Разработка маркетинговой политики распределения на финансовом рынке.
12. Маркетинговые стратегии на финансовом рынке.

Смысовой модуль 2. Информационное обеспечение маркетинга и методы исследования финансового рынка.

1. Сущность и функции информации на финансовом рынке.
2. Стандартизация финансовой информации.
3. Типы финансовой информации и источники её получения.
4. Информационные системы финансового рынка.
5. Классификация маркетинговых исследований на финансовом рынке.
6. Анализ рыночных возможностей на финансовом рынке.
7. Сегментирование финансового рынка.
8. Отбор целевых рынков.
9. Методика технического анализа на финансовом рынке.
10. Особенности ситуационного анализа на финансовом рынке.

Смысовой модуль 3. Маркетинг сегментов финансового рынка.

1. Понятие и сущность банковского маркетинга.
2. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в банках.
3. Комплекс маркетинга в банке.
4. Понятие и сущность страхового маркетинга.
5. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании.
6. Комплекс маркетинга в страховой компании.
7. Понятие и сущность маркетинга на рынке ЦБ.
8. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ЦБ.
9. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг.
10. Понятие и сущность инвестиционного маркетинга.
11. Стратегия маркетинговой деятельности на рынке инвестиций.
12. Комплекс маркетинга инвестиционного предприятия.

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Абаев А.Л.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- 433 с.

2. Кудинов Э. А.

Маркетинг на финансовом рынке [Электронный ресурс] : конспект лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика», профиля «Маркетинг», образовательного уровня «бакалавр», всех форм обучения / Э. А. Кудинов; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донецк. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . — Донецк : [ДонНУЭТ], 2018. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

13. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Организация текущего контроля по учебной дисциплине «Маркетинг на финансовом рынке» для обучающихся состоит из следующих частей:

- 1) контроль систематичности и активности работы в течение всего периода обучения над изучением программного материала;
- 2) контроль за выполнением трех модульных заданий;
- 3) выполнение заданий для самостоятельной работы.

При контроле систематичности и активности работы обучающихся на практических занятиях могут подлежать оценке: посещение практических занятий; уровень знаний, продемонстрированный в ответах; выступления на практических занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на практические занятия; результаты тестирования и т.п.

При контроле выполнения заданий для самостоятельной работы оценке могут подлежать: самостоятельная проработка тем в целом или отдельных вопросов; выполнение домашних заданий; выполнение индивидуальных работ с элементами научного исследования и др.

Обязательные и выборочные виды самостоятельной работы студентов предоставляют возможность повысить результаты работы в течение семестра, но не более 50% общей оценки, сформированной по итогам активности на практических занятиях.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной и очно-заочной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование, опрос (темы 1-8)	3	24
- тестирование (темы 1-2; 3-4; 5-8)	10; 10; 16	36
- разноуровневые задачи и задания (темы 1-8)	5	40
Промежуточная аттестация	Зачет	100
Итого за семестр		100

Типовые вопросы для промежуточной аттестации:

1. Понятие и сущность финансового рынка.
2. Функции финансового рынка.
3. Структура финансового рынка.
4. Субъекты финансового рынка.
5. Проблемы современного финансового рынка.
6. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.
7. Основные концепции маркетинга на финансовом рынке.
8. Разработка маркетинговой ценовой политики на финансовом рынке.
9. Разработка маркетинговой товарной политики на финансовом рынке.
10. Разработка маркетинговой коммуникационной политики на финансовом рынке.
11. Разработка маркетинговой политики распределения на финансовом рынке.
12. Маркетинговые стратегии на финансовом рынке.
13. Сущность и функции информации на финансовом рынке.
14. Стандартизация финансовой информации.
15. Типы финансовой информации и источники её получения.
16. Информационные системы финансового рынка.
17. Классификация маркетинговых исследований на финансовом рынке.
18. Анализ рыночных возможностей на финансовом рынке.
19. Сегментирование финансового рынка.
20. Отбор целевых рынков.
21. Методика технического анализа на финансовом рынке.
22. Особенности ситуационного анализа на финансовом рынке.
23. Понятие и сущность банковского маркетинга.
24. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в банках.
25. Маркетинговая ценовая политика в банковской сфере. Её сущность, особенности разработки и применения.
26. Маркетинговая товарная политика в банковской сфере. Её сущность, особенности разработки и применения.
27. Маркетинговая коммуникационная политика в банковской сфере. Её сущность, особенности разработки и применения.

28. Маркетинговая политика распределения в банковской сфере. Её сущность, особенности разработки и применения.
29. Комплекс маркетинга в банке.
30. Понятие и сущность страхового маркетинга.
31. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности в страховании.
32. Маркетинговая ценовая политика в страховании. Её сущность, особенности разработки и применения.
33. Маркетинговая товарная политика в страховании. Её сущность, особенности разработки и применения.
34. Маркетинговая коммуникационная политика в страховании. Её сущность, особенности разработки и применения.
35. Маркетинговая политика распределения в страховании. Её сущность, особенности разработки и применения.
36. Комплекс маркетинга в страховой компании.
37. Понятие и сущность маркетинга на рынке ЦБ.
38. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ЦБ.
39. Маркетинговая ценовая политика на рынке ЦБ. Её сущность, особенности разработки и применения.
40. Маркетинговая товарная политика на рынке ЦБ. Её сущность, особенности разработки и применения.
41. Маркетинговая коммуникационная политика на рынке ЦБ. Её сущность, особенности разработки и применения.
42. Маркетинговая политика распределения на рынке ЦБ. Её сущность, особенности разработки и применения.
43. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг.
44. Понятие и сущность инвестиционного маркетинга.
45. Стратегия маркетинговой деятельности на рынке инвестиций.
46. Маркетинговая ценовая политика на рынке инвестиций. Её сущность, особенности разработки и применения.
47. Маркетинговая товарная политика на рынке инвестиций. Её сущность, особенности разработки и применения.
48. Маркетинговая коммуникационная политика на рынке инвестиций. Её сущность, особенности разработки и применения.
49. Маркетинговая политика распределения на рынке инвестиций. Её сущность, особенности разработки и применения.
50. Комплекс маркетинга инвестиционного предприятия.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Очная и очно-заочная форма обучения

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл								Сумма, балл
Смысlovой модуль № 1	Смысlovой модуль № 2		Смысlovой модуль № 3					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	100
13	13	13	13	12	12	12	12	

T1, T2 - темы смыслового модуля №1;

T3, T4 - темы смыслового модуля №2;

T5, T6... T8 - темы смыслового модуля №3.

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
60-100	«Зачтено»
0-59	«Не засчитано»

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- 433 с.
2. Азарян, Е. М. Маркетинг услуг [Текст] : учеб. пособие / Е. М. Азарян, Е. Б. Казакова, Ю. К. Яковлева . — Донецк : НПП "Фолиант", 2017.
3. Маркетинг на финансовом рынке: учеб. пособие / К.А.Смирнов, Т.Е.Никитина – М.: ИНФРА-М, 2023. – 207 с.

Дополнительная

1. Азарова, С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с.
2. Гайденко, Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайденко. – М.: Эксмо, 2016. – 496 с.
3. Зубец, А.Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей / А.Н. Зубец. - М.: Приор, 2015. - 176 с.
4. Иванченко, Игорь Конъюнктурные колебания финансового рынка / Игорь Иванченко. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2017. - 184 с.
5. Кент Вертайм Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм , Ян Фенвик. - М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2017. - 384 с.
6. Ковальчук, Тарас Влияние макроэкономической статистики на финансовый рынок / Тарас Ковальчук. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 509 с.
7. Кравченко, П.П. Как не проиграть на финансовых рынках / П.П. Кравченко. - Москва: Машиностроение, 2017. - 224 с.
8. Львов, Ю. И. Банки и финансовый рынок / Ю.И. Львов. - М.: КультИнформПресс, 2017. - 528 с.
9. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 244 с.

Электронные ресурсы :

1. Донецкая Народная Республика. Народный Совет Закон о телекоммуникациях [Электронный ресурс] : принят постановлением Нар. Совета 11 марта 2016 г. / Донецкая Народная Республика. Народный Совет . — Офиц. сайт Нар. Совета ДНР . — Донецк, 2016 . — Локал. компьютер. сеть НБ ГОВПО "ДонНУЭТ".
2. Казакова, Е. Б. Маркетинг [Электронный ресурс] : опорный конспект лекций для студентов днев. и заоч. формы обучения / Е. Б. Казакова ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . — Донецк : ДонНУЭТ, 2017 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.
3. Кудинов, Э. А. Маркетинг на финансовом рынке [Электронный ресурс] : конспект лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика», профиля «Маркетинг», образовательного уровня «бакалавр», всех форм обучения / Э. А. Кудинов; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . — Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.
4. Шеремет, Т. Г. Глобализация международных услуг [Электронный ресурс] : курс лекций по учеб. дисц. Укрупненная группа 38.00.00 «Экономика и упр.», направление 38.03.01 «Экономика» (профиль «Международная экономика»), ,институт экономики и упр., 4 к. д.ф.о., з.ф.о. / Т. Г. Шеремет ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. международ. экономики . — Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. — [Донецк, 2021—]. — Текст : электронный.
2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». — Москва : Издат. дом «Информио», [2018?—]. — URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». — [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. — URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. — URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». — Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. — URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. — Москва : КДУ, сор. 2017. — URL: <https://bookonlime.ru> (дата обращения: 01.01.2023) — Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: <http://catalog.donnuet.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Учебные аудитории для проведения лекций, практических занятий, консультаций и итогового контроля, оснащенные учебной мебелью, доской, стендами, структурно-логическими схемами, мультимедийными средствами (проектор, ноутбук), презентации.

2. Читальный зал библиотеки №7302 (20 посадочных мест) для проведения самостоятельной работы, оснащенный компьютерами с выходом в сеть Интернет, доступом к электронно-библиотечной системе. Используемое программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2005г.); Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС "UniLib" (2021 г.); операционная система Windows 10 корпоративная LTSC; Microsoft Office 2019 Professional; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС «UniLib» (2021 г.)

18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Кудинов Эдуард Алексеевич	По основному месту работы	Должность - доцент, кандидат экономических наук	Высшее, учет и аудит, экономист, диплом кандидата наук КА № 000028	1. Повышение квалификации с 1.11.2023 по 20.11.2023 года прошел в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» по программе «Организационные и психолого-педагогические основы инклюзивного высшего образования» в объеме 72 часа (удостоверение 612407477113, регистрационный номер 476-16/2524, город Ростов-на-Дону).

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.01 «Маркетинг на финансовом рынке»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль: Маркетинг

Трудоемкость учебной дисциплины: 3 з.е.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

знать: сущность финансового рынка и его структуру; особенности инструментов маркетинга в системе финансового рынка; особенности коммуникационной, ценовой, распределительной политики на финансовом рынке; механизм и каналы продаж на финансовом рынке; механизм формирования конкуренции на финансовом рынке; специфику маркетинговых исследований на финансовом рынке; составляющие информационной инфраструктуры финансового рынка; особенности сегментации на финансовом рынке; базовые стратегии финансового рынка

уметь: использовать специфические приемы и инструменты маркетинга на финансовом рынке, самостоятельно разрабатывать программу маркетинга для предприятий, работающих на данном рынке.

владеть: навыками маркетинговой политики на финансовом рынке; формированием механизма и каналов продаж на финансовом рынке; разработкой программы маркетинга для отдельно взятого предприятия.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик.	ИДК-1 _{ПК2} Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики. ИДК-2 _{ПК2} Уметь проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга, давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. ИДК-3 _{ПК2} Владеть навыками формирования предложений по совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политик организаций.

Наименование смысловых модулей и тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Сущность и содержание маркетинга на финансовом рынке.

Тема 1. Финансовый рынок как объект маркетинговой деятельности.

Тема 2. Содержание маркетинга на финансовом рынке.

Смысловой модуль 2. Информационное обеспечение маркетинга и методы исследования финансового рынка.

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинга на финансовом рынке.

Тема 4. Методы исследования финансового рынка.

Смысловой модуль 3. Маркетинг сегментов финансового рынка.

Тема 5. Маркетинг в банковской сфере.

Тема 6. Маркетинг страховой деятельности.

Тема 7. Маркетинг на рынке ценных бумаг.

Тема 8. Инвестиционный маркетинг.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Разработчик:

Кудинов Э.А., доцент кафедры маркетинга и
торгового дела, канд. экон. наук

Зав. кафедрой маркетинга и

торгового дела:

Рвачёва И.М., канд. экон. наук
