

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МАРКЕТИНГ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

спеціальність	072 Фінанси, банківська справа та страхування	обов'язковість дисципліни	Вибіркова
освітня програма	Маркетинг	факультет	Навчально-науковий інститут «Кіберпорт»
освітній рівень	Другий (магістерський)	кафедра	Маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Тарасов Ігор Юрійович



Вища освіта – спеціальність «Економіка»

Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.

Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.

Досвід роботи – більше 30 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- автор більш ніж 200 наукових праць, в тому числі, навчальні посібники - 2, монографій - 5 (у співавторстві);
- досвід роботи головою експертної комісії щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» зі спеціальності 5.03050701 «Маркетингова діяльність» у ЖТЕК КНТЕУ (наказ МОН № 897-А від 06.06.17 р.); у ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» (наказ МОН № 1154-Л від 13.06.2018 р.); в Державному вищому навчальному закладі «Чернівецький індустріальний коледж» (наказ МОН № 321-Л від 17.04.2019 р.).
- Член Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій, учасник освітньо-науково-виробничого кластеру «Повноцінне харчування: інноваційні аспекти технології, енергоефективного виробництва та маркетингу».
- Підготовлено 2 переможців регіональних конкурсів студентських наукових робіт з маркетингу
- Учасник наукових і методичних конференцій

телефон	0673788299	електронна пошта	igor_tarasov@ukr.net	дистанційна підтримка	Moodle
---------	------------	------------------	----------------------	-----------------------	--------

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	оволодіння теоретичними знаннями з проблем маркетингу фінансових послуг, методами проведення досліджень фінансового ринку, розробки комплексу маркетингу фінансової установи, набуття практичних навичок щодо їх використання в процесі здійснення
------	--

	діяльності фінансової установи, а також формування у здобувачів другого рівня вищої освіти компетентностей, необхідних для подальшої професійної діяльності
Формат	лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	- Аналізувати й оцінювати рівень ефективності маркетингової діяльності установи / індивідуальні практичні завдання - Вміти розробляти комплекс маркетингу фінансової установи / індивідуальні практичні завдання - Володіти методами проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку / індивідуальні практичні завдання - Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані рішення / тренінг , командний проект.
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 22 години лекцій, 22 години практичних занять; 76 годин самостійної роботи, модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМИ

Компетенції	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК4. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК5. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК6. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК7. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. СК1. Здатність використовувати фундаментальні закономірності розвитку фінансів, банківської справи та страхування у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності. СК2. Здатність використовувати теоретичний та методичний інструментарій для діагностики і моделювання фінансової діяльності суб'єктів господарювання. СК3. Здатність застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування. СК4. Здатність оцінювати дієвість наукового, аналітичного і методичного інструментарію для обґрунтування управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи та страхування. СК6. Здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при розв'язанні складних задач і проблем у сфері фінансів, банківської справи та страхування. СК7. Здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації, необхідної для вирішення професійних і наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.	Програмні результати навчання	ПРО1. Використовувати фундаментальні закономірності розвитку фінансів, банківської справи та страхування у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності. ПРО3. Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності. ПРО4. Відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування. ПРО6. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень усно і письмово, брати участь у фахових дискусіях. ПРО8. Вміти застосовувати інноваційні підходи у сфері фінансів, банківської справи та страхування та управляти ними. ПРО9. Застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування. ПРО10. Здійснювати діагностику і моделювання фінансової діяльності суб'єктів господарювання. ПРО11. Застосовувати поглиблені знання в сфері фінансового, банківського та страхового менеджменту для прийняття рішень. ПРО12. Обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи та страхування та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів.
-------------	--	-------------------------------	--

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Лекція 1	Поняття і сутність маркетингу фінансових послуг	Семінарське заняття	Поняття і сутність маркетингу фінансових послуг	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Вивчення питань, винесених на самостійну роботу.
Лекція 2	Фінансовий ринок	ПЗ 1, питання для дискусії	Фінансовий ринок та його складові		
Лекція 3	Маркетингове середовище фінансових установ	Семінарське заняття	Маркетингове середовище		
Лекція 4	Маркетингові дослідження на фінансовому ринку (ринку, конкурентів)	Семінарське заняття	Маркетингові дослідження на фінансовому ринку		
Лекція 5	Маркетингові дослідження споживачів фінансових послуг	ПЗ 2, питання для дискусії	Маркетингові дослідження споживачів фінансових послуг		
Лекція 6	Комплекс фінансового маркетингу та його елементи	Семінарське заняття	Комплекс фінансового маркетингу та його елементи		
Модуль 2. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ					
Лекція 7	Банківський маркетинг	Семінарське заняття	Банківський маркетинг та його особливості	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Вивчення питань, винесених на самостійну роботу.
Лекція 8	Комплекс маркетингу банківської установи	ПЗ 3, питання для дискусії	Комплекс маркетингу банківської установи		
Лекція 9	Страховий маркетинг	Семінарське заняття	Страховий маркетинг		
Лекція 10	Маркетинг на фондовому ринку	ПЗ 4, питання для дискусії	Маркетинг на фондовому ринку		
Лекція 11	Інвестиційний маркетинг	Семінарське заняття	Інвестиційний маркетинг		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	1. Слав'юк Н.Р., Глущенко С.В. Ринок фінансових послуг : навчальний посібник. Київ : НаУКМА, 2022, 205 с. 2. Тарасов І.Ю., Косова Т.Д. Депозитний ринок: механізм конкурентної політики та пруденційного регулювання фінансово-банківських установ: Монографія. Харків: Видавництво Іванченко І.С., 2016, 292 с. 3. Мелушова І.Ю., Олініченко К.С., Тарасов І.Ю. Маркетинг: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 051 «Економіка», 056 «Міжнародні економічні відносини». – Х: ХДУХТ, 2018. – 50 с.	Методичне забезпечення	1. Спілка рекламистів України [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://reklamspilka.in.ua/ 2. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://vrk.org.ua/ad-market/ 3. Українська асоціація PR [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://uapr.com.ua/ 4. Міжнародний професійний журнал «Маркетинг та реклама» [Електроний ресурс] – Режим доступу: www.mrg.com.ua

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.