МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
митної справи і фінансових послуг
Протокол № 1 від 01.09.2023 р.

ПОГОДЖЕНО
Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

Фінансовий маркетинг

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань	**всі**
Спеціальність	**всі**
Освітній рівень	**перший (бакалаврський)**
Освітня програма	**всі**

Статус дисципліни	**вибіркова**
Мова викладання, навчання та оцінювання	**українська**

Розробник:
к.е.н., доцент Світлана АЧКАСОВА

Завідувач кафедри
митної справи і фінансових
послуг Вікторія ТИЩЕНКО

Харків
2024

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Фінансовий маркетинг» буде корисна майбутнім фахівцям, діяльність яких може бути пов'язана з системою взаємодії фінансових установ зі споживачами фінансових послуг, а також тим, хто збирається займатися підприємницькою діяльністю та підвищувати рівень взаємодії зі споживачами, майбутнім менеджерам, економістам, фінансистам, фінансовим аналітикам, тим, хто планує займатися бізнесом. Якщо існує ринок, то і існує конкуренція.

Тому, фінансові відносини, що відбуваються в конкурентному середовищі, створюють мотивуючі переваги для всіх учасників цього процесу. Загострення конкуренції, виникнення ефекту дефіциту споживачів та зростання їхніх споживчих очікувань, а також необхідність пошуку джерел підвищення ринкової вартості та капіталізації компаній обумовлюють необхідність розвитку концепцій фінансового маркетингу.

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо теорії і практики фінансового маркетингу, застосування маркетингових інструментів для виявлення вимог фінансового ринку, просування фінансових послуг, управління фінансовими відносинами між фінансовими установами та їхніми клієнтами.

Завданнями навчальної дисципліни є:

формування у здобувачів компетентностей з виявлення маркетингових можливостей фінансових установ та дослідження фінансового ринку;

оволодіння практичними навичками роботи у відділі маркетингу фінансової установи;

оволодіння практичними навичками з маркетингового планування та проведення маркетингових досліджень у фінансових установах.

Об'єктом вивчення дисципліни є фінансовий маркетинг.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні аспекти, методичне забезпечення, методи та інструменти фінансового маркетингу.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти**
Практично використовувати сучасні концепції управління маркетинговою діяльністю суб'єктів фінансового ринку, демонструвати розуміння сутності понятійного апарату та системи фінансового маркетингу.	Здатність критично аналізувати, оцінювати і синтезувати підходи у сфері фінансового маркетингу, визначати його понятійний апарат

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Використовувати методи та практичний інструментарій банківського, страхового та інвестиційного маркетингу, маркетингу на фондовому ринку.	Здатність визначати організаційні аспекти та особливості банківського, страхового та інвестиційного маркетингу, маркетингу на фондовому ринку, теоретичні та практичні підходи до визначення механізмів забезпечення конкурентних переваг фінансових установ
Аналізувати збутову політику фінансових установ, формувати канали розподілу та систему просування фінансових послуг та послуг із застосуванням сучасних методів продажу	Здатність визначати збутову політику фінансових установ, формувати канали розподілу та систему просування фінансових послуг та послуг із застосуванням сучасних методів продажу
Інтегрувати комунікаційні системи, засоби просування фінансових послуг	Здатність здійснювати комунікацію щодо просування фінансових послуг

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти та особливості фінансового маркетингу

Тема 1. Поняття та сутність фінансового маркетингу

1.1. Основні поняття у маркетингу

1.2. Еволюція концепцій маркетингу

1.3. Основні поняття у фінансовому маркетингу

Тема 2. Маркетингове середовище фінансового ринку

2.1. Поняття маркетингового середовища. Фінансовий ринок

2.2. Особливості надання фінансових послуг у комплексі фінансового маркетингу

2.3. Поведінка споживачів на фінансовому ринку

Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку

3.1. Маркетинговий комплекс на фінансовому ринку

3.2. Комплекс маркетингових комунікацій фінансових установ

3.3. Бренд фінансової установи, політика ціноутворення та управління лояльністю споживачів

Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні аспекти видів фінансового маркетингу

Тема 4. Банківський маркетинг

4.1. Поняття та сутність банківського маркетингу

4.2. Комплекс банківського маркетингу

4.3. Маркетингові дослідження у банках

4.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності у банках

Тема 5. Страховий маркетинг

5.1. Поняття та сутність страхового маркетингу

5.2. Комплекс страхового маркетингу

5.3. Маркетингові дослідження у страхових компаніях

5.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності у страхових компаніях

Тема 6. Маркетинг на фондовому ринку

6.1. Поняття та сутність маркетингу на фондовому ринку

6.2. Комплекс маркетингу на фондовому ринку

6.3. Маркетингові дослідження на фондовому ринку

6.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності на фондовому ринку

Тема 7. Інвестиційний маркетинг

7.1. Поняття та сутність інвестиційного маркетингу

7.2. Основи відносин з інвесторами

7.3. Комплекс інвестиційного маркетингу та маркетингових досліджень

Перелік практичних (семінарських) та лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Поняття та сутність фінансового маркетингу	Практичне завдання: Аналізувати і порівнювати умови надання фінансових послуг відповідно до вимог законодавства. Аналіз реклами фінансових послуг. Лабораторна робота: Розробка анкети опитувальника у Google Forms щодо процесу просування конкретного товару / послуги
Тема 2. Маркетингове середовище фінансового ринку	Практичне завдання: Визначити приналежність кожної з послуг банку до однієї з маркетингових груп та побудова матриці БКГ. Лабораторна робота: Провести аналіз ресурсного потенціалу, визначення ринкової частки товару/послуги; визначення конкурентних переваг товару/послуги
Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку	Практичне завдання: Визначити обсяг продажів на сегменті. Лабораторна робота: Провести аналіз ресурсного потенціалу, визначення ринкової частки фінансової установи (обрати приклад самостійно) в програмі Excel Microsoft Office; визначення конкурентних її переваг
Тема 4. Банківський маркетинг	Практичне завдання: Обчислити рівень витрат на маркетинг методом відповідності цілям банку. Лабораторна робота: Провести оцінку інвестиційного проєкту банку та виявити і оцінити фактори, що найбільшим чином впливають на його ефективність.

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 5. Страховий маркетинг	Практичне завдання: Визначити коефіцієнт перехресної еластичності попиту. Лабораторна робота: Визначити основні фактори (складові), що визначають конкурентоспроможність страхової компанії
Тема 6. Маркетинг на фондовому ринку	Практичне завдання: Провести аналіз портфеля і зробити висновки і рекомендації щодо вибору стратегії розвитку. Лабораторна робота: Розробити приклад інфографіки для просування товару / послуги/ цінного паперу на ринку
Тема 7. Інвестиційний маркетинг	Зробити прогноз продажів по формулі середньої і зваженої середньої. Розподілити рекламний бюджет за напрямами фінансування.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 7	Вивчення лекційного матеріалу, законодавчих та нормативно-правових актів
Тема 1 – 7	Підготовка до практичних занять
Тема 1 - 6	Виконання лабораторних завдань
Тема 1 - 6	Написання есе
Тема 1 – 6	Підготовка до контрольної роботи

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні: лекція (Тема 1 – 6), проблемна лекція (Тема 7).

Наочні (демонстрація (Тема 1– 7)).

Практичні (практична та лабораторна робота (Тема 1 – 7), есе (Тема 1 – 6).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

− для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: лабораторні роботи (60 балів), письмова контрольна робота (20 балів), есе (20 балів).

Семестровий контроль: Залік

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Кібік О. М. Маркетинг : навч.-метод. посібн. / О. М. Кібік, В. О. Котлубай, Ю. В. Хаймінова, К. С. Нестерова, Н. Ю. Калмикова. – Одеса, 2020. 68 с.

2. Vnukova N. Assessing the Activities of Insurance Companies Due to the Disease of Private Pension / N. Vnukova, D. Davydenko, S. Achkasova, O. Yagolnitsky // Economic studies (Ikonomicheski Izsledvania). – 2022. – № 5. – P. 179 – 194. [Electronic sources]. – Access mode: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/28226

3. Vnukova N. Decomposition of Google Trends Series for the Search of Patterns and Seasonality of Financial Risk Control Interest / N. Vnukova, S. Achkasova, O. Gorokhovatskyi, H. Pysarevska // Computational Linguistics and Intelligent Systems. Proceedings of the 5th International Conference on COLINS 2021. Volume I: Workshop (Kharkiv, 22–23 April 2021). – Vol. 1, 2021, CEUR-WS.org.– Pp. 613-628.

Додаткова

4. Ачкасова С. А. Інвестування активів недержавних пенсійних фондів в облігації / С. А. Ачкасова, А. Урум // Управління розвитком. – 2019. –

Вип. 5. – С. 1-14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21303.

5. Лозинська О. І. Уточнення змісту поняття банківського маркетингу в умовах диджиталізації економіки / О. І. Лозинська // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2021. –№ 1 ’2021.– С. 320–327.

6. Фінансовий маркетинг [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 072 "Фінанси, банківська справа та страхування" першого (бакалаврського) рівня / уклад. С. А. Ачкасова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 33 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26549/1/2021%20-%20%D0%90%D1%87%D0%BA%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%A1%20%D0%90.pdf.

7. Vasquez M., Financial marketing as a tool for customer loyalty in national banking / M. Vasquez, E. Naranjo // Minerva. – 2021. – № 2(6). – Pp. 43-49.

8. Vnukova N. Indicators-Markers for Assessment of Probability of Insurance Companies Relatedness in Implementation of Risk-Oriented Approach / N. Vnukova, S. Kavun, O. Kolodiziev, S. Achkasova, D. Hontar // Economic Studies (Ikonomicheski Izsledvania), 29 (1), 2020. – pp. 151 – 173. [Electronic sources]. – Access mode: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/25096

9. Amegbea H. SMEs Social media adoption and financial and non-financial marketing performance / H. Amegbea, N. Praise , G. Zungua, C. Hanua // Management Science. – 2023. – Letters 13 (2023) . – Pp. 163–174.

Інформаційні ресурси

10. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг: Закон України № 122-IX від 20.09.2019 Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20/print

11. Про затвердження Положення про рекламу цінних паперів та фондового ринку: Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку № 63 від 22.01.2013 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0247-13.

12. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України № 236/96-ВР від 07.06.1996 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80.

13. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01.2001 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14.

14. Про захист прав споживачів : Закон України № 1023-XII від 12.05.1991 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

15. Про рекламу : Закон України № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80.

16. Про фінансові послуги та фінансові компанії : Закон України № 1953-IX від 14.12.2021 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#Text

17. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна "Фінансовий маркетинг" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5342.

18. Стратегія розвитку FinTech 2025 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/news/all/finansova-inklyuziya-innovatsiyi-ta-bezgotivkovi-operatsiyi-v-ukrayini--prioriteti-strategiyi-rozvitku-fintech-2025.

19. Take Your Financial Marketing to the Next Level: 7 Tips From Experts [Electronic sources]. – Access mode : https://www.blueskyeto.com/financial-marketing-solutions/

20. What is financial marketing – trends and best practices for 2022 [Electronic sources]. – Access mode : https://wearecsg.com/blog/what-is-financial-marketing/