

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра фінансів

СИЛАБУС

ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ / FINANCIAL MARKETING

Інформація про викладача	
Викладач	Абдуллаєва Анастасія Євгеніївна
Науковий ступінь	Кандидат економічних наук
Вчене звання	Доцент
Посада	Доцент кафедри фінансів
Адреса кафедри	м.Вінниця, вул.Театральна, 21, каб.18
Контактний телефон	+380937402041
E-mail:	a.abdullaieva@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: http://moodle.vtei.edu.ua/course/view.php?id=1896
Інформація про освітній компонент	
Статус компоненту	Вибірковий
Освітній ступінь	Бакалавр
Навчальний рік	2024-2025
Анотація курсу	Головною метою вивчення освітнього компоненту «Фінансовий маркетинг» є формування у здобувачів системи знань у сфері маркетингового забезпечення розвитку ринку фінансових послуг з метою забезпечення сприятливих умов розвитку фінансових установ та організацій та належного і повного задоволення запитів споживачів у фінансових продуктах та послугах.
Мова викладання	Українська
Результати навчання	Розуміти принципи, методи та інструменти проведення фінансового маркетингу. Знати теоретичні засади формування і реалізації маркетингу у сфері фінансових послуг. Уміти здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації для обґрунтування рішень у професійній діяльності. Визначати стратегію фінансового маркетингу в залежності від організаційно-правової форми підприємства. Визначати особливості функціонування міжнародного маркетингу на ринку фінансових послуг. Аналізувати комплекс фінансового маркетингу та його елементи.
Тематичний план та оцінювання результатів навчання	

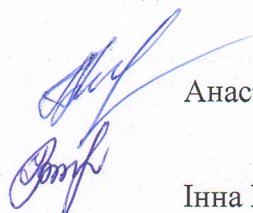
Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	самостійна робота студентів		
Тема 1. Поняття і сутність фінансового маркетингу	9	2	2	5	В, УД, Д	5
Тема 2. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 3. Стратегія і планування фінансового маркетингу	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 4. Комплекс фінансового маркетингу та його елементи	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 5. Банківський маркетинг	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 6. Страховий маркетинг	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 7. Маркетинг на ринку цінних паперів	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 8. Інвестиційний маркетинг	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
Тема 9. Міжнародний маркетинг на ринку фінансових послуг	18	4	4	10	В, УД, Т, РПЗ, Д, П	10
	27			27	ІЗ	15
Разом	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль-екзамен						
Поточний контроль / критерії оцінювання	Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали. УД – участь у дискусії – 2 бал. КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал. Т – тестування – 1 бал. РЗ – розв’язування задач – 2 бали. К – кейс-стаді – 2 бали. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. Д – доповідь – 2 бали. П – презентація – 2 бали. ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (Курси на платформах Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 10 балів).					

	Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Балацький Є.О. Маркетинг: навчальний посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ». 2019. 397 с. 2. Громова О. Є., Абдуллаєва А.Є. Конкуренція як основа ринкових відносин <i>Вісник Хмельницького національного університету</i>. Економічні науки. 2023. № 6. С.20-27. 3. Громова О. Є., Абдуллаєва А.Є., Шарко В.В. Маркетингові дослідження на промислових підприємствах. <i>Вісник Хмельницького національного університету</i>. Економічні науки. 2023. № 5. С. 108 –111. 4. Лютий І. О. Банківський маркетинг. Підручник. К.: Центр учбової літератури. 2019. 776 с. 5. Філіп Котлер. Основи маркетингу. класичне видання: навчальний посібник. Науковий світ. 2023. 622с.
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	Відповідно до <u>Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти</u>
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені лекційні та практичні заняття здобувач вищої освіти повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем. Відпрацювання пропущених занять відбувається в усній формі або через виконання ситуаційних завдань, наведених у системі дистанційного навчання «MOODLE» з освітнього компоненту «Фінансовий маркетинг», із проведенням усної співбесіди, тестування для з'ясування рівня засвоєння дисципліни здобувачем вищої освіти.
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумковий контроль-екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену, без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).</p>
Академічна доброчесність	Для забезпечення академічної доброчесності здобувачам необхідно дотримуватися <u>Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками і здобувачами вищої освіти</u>
Інші складові політики компоненту	<p>Основні принципи проведення практичних занять курсу «Фінансовий маркетинг» - відкритість до нових та неординарних ідей, толерантність, доброзичлива партнерська атмосфера взаєморозуміння та творчого розвитку.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікрогрупах, групах) над вирішенням завдань дає можливість здобувачам вищої освіти якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.</p> <p>Курс «Фінансовий маркетинг» передбачає інтенсивне використання</p>

мобільних технологій навчання, що дає можливість здобувачам вищої освіти та викладачеві спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для здобувачів вищої освіти, які відсутні на заняттях, отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання. Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички здобувачів вищої освіти, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи інформуванням додатково (оцінюється окремо).

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 01 від 15.01.2024

Науково-педагогічний працівник



Анастасія АБДУЛЛАЄВА

Завідувач кафедри

Інна ГНИДЮК