МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет финансы и кредит
Финансов



УТВЕРЖДЕНО
Декан
Адаменко А.А.
Протокол от 29.04.2026 № 12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)подготовки: Финансы и управление бизнесом

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

2026

Разработчики:
Доцент, кафедра финансов Стукова Ю.Е.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954; 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по процессному управлению", утвержден приказом Минтруда России от 17.04.2018 № 248н; "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н; "Специалист по корпоративному кредитованию", утвержден приказом Минтруда России от 09.10.2018 № 626н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Финансов	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Фалина Н.В.	Согласовано	27.04.2026, № 9

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование комплекса знаний, позволяющих принимать обоснованные планово-управленческие маркетинговые решения с учетом видов финансово-экономической деятельности, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций по маркетинговой деятельности организации.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление обучающихся с сущностью целостной концепции финансового маркетинга как современной философии управления для формирования комплекса экономических знаний, используемых в последующей профессиональной деятельности;
- изучение основных инфраструктурных тенденций, проблем и закономерно-стей развития экономики под воздействием факторов маркетинговой среды с учетом использования ранее полученных основ экономических знаний;
- изучение системы понятий и направлений финансовой маркетинговой дея-тельности, овладение способностью находить организационно-управленческие решения в сфере финансового маркетинга, критически оцени-вать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию;
- овладение комплексом финансового маркетинга, включающего анализ внут-ренней и внешней среды организации, изучение рынка, организацию марке-тингового управления и контроля в организации, для обоснования предложе-ний по совершенствованию системы финансового маркетинга организации с учетом критериев риска и социально-экономической эффективности;
- изучение особенностей маркетинга на рынке ценных бумаг, банковских и страховых услуг с последующим анализом различных вариантов управленческих решений в этой сфере.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен применять современные методы экономического анализа при исследовании экономических процессов и мониторинге конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков

ПК-1.1 Проводит комплексный анализ объема, структуры и механизмов функционирования различных видов финансового рынка (банковского, фондового, валютного, товарно-сырьевого) и дает рекомендации по совершению сделок с различными активами, финансовыми инструментами

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Конъюнктуру и механизмы функционирования финансовых рынков, методы экономической диагностики рынка финансовых услуг

ПК-1.1/Зн2 Современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере права, финансового планирования, управления личными финансами

ПК-1.1/Зн3 Современную финансовую систему и финансовый рынок, историю развития финансовой системы и финансового рынка

ПК-1.1/Зн4 Технологии сбора первичной финансовой информации

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, получать, интерпретировать и документировать результаты исследований

ПК-1.1/Ум2 Применять универсальное и специализированное программное обеспечение, необходимое для сбора и анализа информации в профессиональной сфере

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Навыками проведения исследования финансового рынка и изучения предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации), сбора информации по спросу на рынке финансовых услуг

ПК-1.1/Нв2 Навыками мониторинга информационных источников финансовой информации

ПК-1.1/Нв3 Навыками анализа состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков

ПК-1.1/Нв4 Навыками организации и поддерживания постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами

ПК-1.2 Способен на основе действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические показатели, проанализировать их и спрогнозировать дальнейшее развитие экономических процессов

Знать:

ПК-1.2/Зн1 Нормативную базу в области финансовой деятельности, основные мировые и российские тенденции изменения законодательства, регулирующего финансовую деятельность

ПК-1.2/Зн2 Основы макроэкономики, микроэкономики, финансовой математики, теории вероятностей и математической статистики

ПК-1.2/Зн3 Технологии сбора первичной финансовой информации и современные методы получения, анализа, обработки информации с применением современных средств связи и компьютерных технологий

ПК-1.2/Зн4 Основы финансового анализа

Уметь:

ПК-1.2/Ум1 Применять универсальное и специализированное программное обеспечение, необходимое для сбора и анализа информации

ПК-1.2/Ум2 Производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, получать, интерпретировать и документировать результаты исследований

ПК-1.2/Ум3 Анализировать отчетность партнеров

ПК-1.2/Ум4 Использовать методы анализа конкурентного окружения и сбора информации о деятельности конкурентов в корпоративном сегменте рынка, динамики клиентских предпочтений, анализировать статистические данные о каналах продаж

Владеть:

ПК-1.2/Нв1 Навыками оценки качества, достаточности и надежности информации по контрагентам

ПК-1.2/Нв2 Навыками анализа и оценки динамики нормативно-законодательной базы, оказывающей влияние на динамику рынка корпоративных клиентов

ПК-1.2/Нв3 Навыками получения, анализа, обработки информации с применением современных средств связи и компьютерных технологий, в том числе с применением социологических, маркетинговых исследований

ПК-1.2/Нв4 Навыками анализа конкурентного окружения и стратегий развития конкурентов в корпоративном сегменте рынка

ПК-1.3 Способен охарактеризовать финансовые продукты и услуги, базовые банковские, страховые и инвестиционные продукты и услуги

Знать:

ПК-1.3/Зн1 Базовые банковские, страховые и инвестиционные продукты и услуги, характеристики финансовых продуктов и услуг

ПК-1.3/Зн2 Систему розничных финансовых услуг, применяемых при управлении личными финансами домохозяйств (инвестиционные, кредитные, страховые, пенсионные), их качественные, количественные характеристики

ПК-1.3/Зн3 Основы инвестиционного менеджмента и инвестиционного маркетинга

ПК-1.3/Зн4 Технологии сбора первичной финансовой информации

Уметь:

ПК-1.3/Ум1 Производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, получать, интерпретировать и документировать результаты исследований

Владеть:

ПК-1.3/Нв1 Навыками проведения исследования финансового рынка и изучения предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации), сбором информации по спросу на рынке финансовых услуг

ПК-1.3/Нв2 Навыками составления подробных паспортов финансовых продуктов

ПК-1.3/Нв3 Навыками составления аналитических заключений, рейтингов, прогнозов с целью предотвращения сделок с недобросовестными партнерами

ПК-1.3/Нв4 Навыками анализа состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков

ПК-1.3/Нв5 Навыками организация сбора, обработки и анализа информации, в том числе с применением социологических, маркетинговых исследований, мониторинга информационных источников финансовой информации

ПК-2 Способен подбирать в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультировать их по поводу финансовых продуктов

ПК-2.1 Проводит консультирование клиента относительно содержания финансовых продуктов и услуг, осуществляет подбор подходящего продукта или услуги с учетом потребностей и финансовых возможностей клиента

Знать:

ПК-2.1/Зн1 Базовые банковские, страховые и инвестиционные продукты и услуги, методы экономической диагностики рынка финансовых услуг

ПК-2.1/Зн2 Экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг

ПК-2.1/Зн3 Основы психологии общения, принципы ведения консультационной работы с клиентами, этику делового общения и технологию ведения переговоров (телефонных переговоров), а также методы работы в кризисных ситуациях

Уметь:

ПК-2.1/Ум1 Организовывать и проводить презентации финансовых продуктов и услуг

ПК-2.1/Ум2 Организовывать и проводить деловые переговоры, предотвращать и улаживать конфликтные ситуации

ПК-2.1/Ум3 Производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, сравнивать параметры финансовых продуктов

Владеть:

ПК-2.1/Нв1 Навыками самостоятельного поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента на основе личных контактов и контактов из централизованной базы потенциальных клиентов, взаимодействия с потенциальными потребителями финансовых услуг с целью выявления платежеспособного спроса

ПК-2.1/Нв2 Навыками осуществления операционного и информационного обслуживания клиентов, самостоятельно обратившихся за финансовой консультацией, проведение встреч с клиентами, телефонных переговоров, проведение личных переговоров с представителями кредитного учреждения

ПК-2.1/Нв3 Навыками проведения мониторинга финансовых возможностей клиента

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Финансовый маркетинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	72	2	31	1		16	14	41	Зачет
Всего	72	2	31	1		16	14	41	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Базовые основы маркетинга	**44**		**10**	**8**	**26**	ПК-1.1 ПК-1.2

Тема 1.1. Сущность и содержание финансового маркетинга	8		2	1	5	ПК-1.3
Тема 1.2. Маркетинговые исследования на финансовом рынке	10		2	2	6	
Тема 1.3. Продуктовая политика	8		2	1	5	
Тема 1.4. Ценовая политика	9		2	2	5	
Тема 1.5. Сбытовая и коммуникационная политика	9		2	2	5	
Раздел 2. Финансовый маркетинг	**28**	**1**	**6**	**6**	**15**	ПК-2.1
Тема 2.1. Банковский маркетинг	9		2	2	5	
Тема 2.2. Страховой маркетинг	9		2	2	5	
Тема 2.3. Маркетинг рынка ценных бумаг	9		2	2	5	
Тема 2.4. Внеаудиторная контактная работа	1	1				
Итого	**72**	**1**	**16**	**14**	**41**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Базовые основы маркетинга
(Лекционные занятия - 10ч.; Практические занятия - 8ч.; Самостоятельная работа - 26ч.)

Тема 1.1. Сущность и содержание финансового маркетинга
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Основные понятия и функции мар-кетинга
2.Характеристика финансового рын-ка. Классификация рынков
3.Понятие среды маркетинга

Тема 1.2. Маркетинговые исследования на финансовом рынке
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 6ч.)
1.Маркетинговая информация и ее виды
2.Маркетинговые исследования на финансовом рынке и методы их проведения
3.SWOT-анализ: сущность и методика

Тема 1.3. Продуктовая политика
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Объекты маркетинговой деятельности
2.Управление продуктами и услугами
3.Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов
4.Стратегии маркетинга

Тема 1.4. Ценовая политика
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Цена и ее роль в комплексе маркетинга
2.Факторы ценообразования и этапы установления цены
3.Методы и стратегии ценообразования

Тема 1.5. Сбытовая и коммуникационная политика
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Каналы распределения продуктов (услуг) и типы конкурентных отношений
2.Задачи и решения в области сбытовой политики
3.Сущность и виды маркетинговых коммуникаций
4.Электронная коммерция как элемент сбытовой и коммуникационной политики

Раздел 2. Финансовый маркетинг
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

Тема 2.1. Банковский маркетинг
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Особенности банковской деятельности
2.Цели, задачи и направления банковской деятельности
3.Сегментирование рынка банковских продуктов
4.Комплекс банковского маркетинга

Тема 2.2. Страховой маркетинг
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Понятие и сущность страхового маркетинга. Характеристика страхового рынка
2.Особенности страхового маркетинга
3.Сегментирование страхового рынка
4.Комплекс страхового маркетинга

Тема 2.3. Маркетинг рынка ценных бумаг
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
1.Понятие, сущность и особенности маркетинга на рынке ценных бумаг
2.Сегментирование рынка брокерских услуг
3.Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ценных бумаг
4.Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг

Тема 2.4. Внеаудиторная контактная работа
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)
Внеаудиторная контактная работа

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Базовые основы маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Установите соответствие между свойствами маркетинговой информации и их соответствующими характеристиками

Информация правдиво, без искажений, отражает состояние исследуемого объекта или процесса - Достоверность
Необходимая степень современности информации по отношению к решаемой проблеме и ее своевременность - Актуальность
Содержание информации обеспечивает необходимые и достаточные условия для принятия решения - Полнота

2. Установите соответствие между концепциями работы на рынке и их соответствующими характеристиками

Организации акцентированно стремятся на максимальное производство и наличие продуктов

или услуг, а также на разработку новых изделий - Производственная концепция
Покупатели приобретают продукты и услуги наивысшего качества, с лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками - Товарная концепция
Деятельность организации направлена на удовлетворение покупательских потребностей - Маркетинговая концепция

3. Рассчитайте показатель. Ответ укажите в тыс.руб.

Определите прибыль от внедрения маркетинговых мероприятий при следующих условиях: объем продаж 1000 шт.; цена единицы товара 145 руб.; общие затраты на производство продукции, включая расходы на рекламу 127 тыс.руб.

4. Что входит в состав функций маркетинга?

А. Формирование товарной политики
Б. Формирование структуры организации
В. Разработка системы мотивации персонала
Г. Социальные исследования коллектива

5. Установите соответствие между стадиями жизненного цикла продукта и их соответствующим содержанием

Поступление продукта к реализации; рост объема продаж; ориентация на готовность покупателей к совершению покупки продукта - Внедрение
Расширение рынка; максимизация оборота продукта; тенденция к замедлению роста темпов продаж; интенсивная конкуренция - Зрелость
Сокращение объема продаж; появление новых продуктов; возможность слияния фирм; борьба конкурентных продуктов - Насыщение и спад

6. Рассчитайте показатель. Ответ укажите в руб.

Рассчитайте цену продукта при следующих условиях: постоянные затраты 100 руб./ед., переменные затраты 35 руб./ед., планируемая прибыль 25 руб./ед.

7. Рассчитайте показатель. Ответ укажите в единицах.

Определите эластичность спроса по доходу при следующих условиях: доход организации увеличился на 6%, а величина спроса при той же цене выросла на 12%. Определить эластичность спроса по доходу.

8. Какой элемент относится к комплексу маркетинга?

А. Продукт
Б. Потребители
В. Конкуренты
Г. Рынок

Раздел 2. Финансовый маркетинг

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Установите соответствие между видами финансовых рынков и их характеристикой

Рынок, где объектом купли-продажи являются кредитные ресурсы, обращение которых осуществляется на условиях возвратности и уплаты процента - Кредитный рынок
Рынок, где объектом купли-продажи являются все виды ценных бумаг, эмитированных предприятиями, финансовыми институтами и государством - Рынок ценных бумаг
Рынок, на котором объектом купли-продажи выступают иностранная валюта и финансовые инструменты, обслуживающие операции с ней - Валютный рынок

2. Рассчитайте показатель. Ответ укажите в процентных пунктах

Оцените кредитоспособность заемщика на основе расчета коэффициента текущей ликвидности при следующих условиях: оборотные средства 120000 руб., краткосрочные обязательства 160000 руб.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Седьмой семестр, Зачет
Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-2.1 ПК-1.2 ПК-1.3
Вопросы/Задания:

1. Основные понятия и функции маркетинга

2. Сущность и содержание финансового маркетинга

3. Концепции финансового маркетинга

4. Виды маркетинговой деятельности

5. Характеристика финансового рынка

6. Классификация рынков

7. Понятие среды маркетинга

8. SWOT-анализ: сущность и методика

9. Маркетинговая информация и ее виды

10. Маркетинговые исследования на финансовом рынке и методы их проведения

11. Комплекс маркетинга

12. Объекты маркетинговой деятельности

13. Брендинг как современное направление продуктовой политики

14. Многоуровневые и мультиатрибутивные модели продуктов (оказания услуг)

15. Жизненный цикл продукта (услуги)

16. Конкурентоспособность продукта (услуги)

17. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов

18. Анализ процесса покупки

19. Признаки сегментирования рынка

20. Методы охвата рынка

21. Рыночная сегментация покупателей

22. Цена и ее роль в комплексе маркетинга

23. Факторы и стратегии ценовой и неценовой конкуренции

24. Факторы ценообразования и этапы установления цены

25. Методы исследования цен и определения ценовой эластичности

26. Методы и стратегии ценообразования

27. Ценообразование на различных типах рынков

28. Каналы распределения товаров (услуг) и типы конкурентных отношений

29. Оценка альтернативных вариантов и выбор канала распределения

30. Задачи и решения в области сбытовой политики

31. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций

32. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

33. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций

34. Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций

35. Общественные связи в системе маркетинговых коммуникаций

36. Электронная коммерция как элемент сбытовой и коммуникационной политики

37. Маркетинговые службы организации

38. Планирование маркетинга

39. Стратегии маркетинга

40. Маркетинговый контроль и анализ

41. Бюджет маркетинга

42. Особенности банковской деятельности

43. Цели, задачи и направления банковской деятельности

44. Маркетинговые исследования в банках

45. Каналы сбыта банковских продуктов. Электронный банкинг. Интернет-банкинг

46. Сегментирование рынка банковских продуктов

47. Факторы, влияющие на спрос и выбор клиентами банка

48. Товарно-ассортиментная политика банка

49. Коммуникационная политика банка

50. Комплекс банковского маркетинга

51. Понятие и сущность страхового маркетинга

52. Характеристика страхового рынка

53. Особенности страхового маркетинга

54. Маркетинговые исследования в страховании

55. Процесс ценообразования в страховом бизнесе

56. Функции страхового маркетинга

57. Задачи ценообразования в страховом предпринимательстве

58. Сегментирование страхового рынка

59. Комплекс страхового маркетинга

60. Понятие, сущность и особенности маркетинга на рынке ценных бумаг

61. Маркетинговые исследования рынка ценных бумаг

62. Сегментирование рынка брокерских услуг

63. Виды спроса на ценные бумаги

64. Стратегия и планирование маркетинговой деятельности на рынке ценных бумаг

65. Методы, использующиеся в процессе ценообразования на рынке ценных бумаг

66. Критериальные признаки ценообразования на различные виды ценных бумаг

67. Комплекс маркетинга на рынке ценных бумаг

68. Основные направления развития финансового рынка

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. СТУКОВА Ю. Е. Финансовый маркетинг: учеб. пособие / СТУКОВА Ю. Е., Парамонов П. Ф., Иваницкий Д. К.. - Краснодар: КубГАУ, 2023. - 135 с. - 978-5-907757-97-4. - Текст: непосредственный.

2. Смирнов, К.А. Маркетинг на финансовом рынке: Учебное пособие / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 207 с. - 978-5-16-101871-2. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1010/1010090.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. СТУКОВА Ю. Е. Финансовый маркетинг: метод. указания / СТУКОВА Ю. Е., Парамонов П. Ф., Иваницкий Д. К.. - Краснодар: КубГАУ, 2021. - 82 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=12828 (дата обращения: 12.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2 - Москва: Вузовский учебник, 2024. - 282 с. - 978-5-16-004272-5. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/2079/2079503.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Жукова, Е.Е. Маркетинг услуг: Учебное пособие / Е.Е. Жукова, Т.В. Суворова.; Московский финансово-промышленный университет "Синергия". - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 364 с. - 978-5-16-112142-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.ru/cover/2125/2125940.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Никулина, Н.Н. Страховой маркетинг: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Финансы и кредит" / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили.; Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. - 1 - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 503 с. - 978-5-238-01646-7. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1028/1028943.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг: задачи, кейсы, тесты: Учебно-методическая литература / Т.В. Муртузалиева. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 117 с. - 978-5-394-05211-8. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/2041/2041735.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

6. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Ю. В. Морозов, В.Т. Гришина. - 9 - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 448 с. - 978-5-394-02263-0. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/0415/415400.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. https://www.garant.ru/ - Гарант

Ресурсы «Интернет»

1. http://www.iprbookshop.ru/ - http://www.iprbookshop.ru/
2. https://edu.kubsau.ru/ - Образовательный портал КубГАУ
3. https://znanium.com/ - Znanium.com
4. https://www.e-disclosure.ru/ - Интерфакс – Сервер раскрытия информации
5. https://1prime.ru/ - Прайм – Агентство экономической информации
6. http://www.gks.ru - Официальный сайт «Росстата»

7. http://www.cbr.ru/ - Центральный банк России. Официальный сайт
8. https://www.rbc.ru - РосБизнесКонсалтинг – Информационное агентство
9. http://raexpert.ru. - Рейтинговое агентство «Эксперт РА»
10. https://bo.nalog.ru/ - Ресурс БФО

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:
– обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
– фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
– организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
– контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.
Перечень лицензионного программного обеспечения:
1 Microsoft Windows - операционная система
2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений
Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:
1 Гарант - правовая, https://www.garant.ru/
2 Консультант - правовая, https://www.consultant.ru/
3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, https://elibrary.ru/
Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специлитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.
Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Учебная аудитория
305зоо
Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.
307зоо
Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.

Лекционный зал
415зоо
компьютер с интерактивным дисплеем HP 7300 E/SMART Podium ID350 - 1 шт.
Облучатель-рециркулятор воздуха 600 - 1 шт.
Проектор Epson EB-X06 - 1 шт.
Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE - 1 шт.
экран с электроприводом 350x265 Spectra - 1 шт.

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Стукова Ю. Е. Финансовый маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания / Ю. Е. Стукова, П. Ф. Парамонов, Д. К. Иваницкий. – Краснодар: КубГАУ, 2021. – 82 с. – Режим доступа: https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=12828

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)