

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ
вибіркова

Освітньо-професійна програма: Фінанси, банківська справа та страхування

Спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Факультет: Економічний

Мова навчання: українська

Розробник: Бабух І.Б., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Профайл викладача (-ів): <http://mmix.cv.ua/staff/babuh-ilona-borysivna>

Контактний тел.: +380661727437

E-mail: i.babuh@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle: <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1640>

Консультації: Офлайн консультація – за попередньою домовленістю
Онлайн консультація – згідно з графіком

1. Анотація дисципліни. Навчальна дисципліна спрямована на формування у студентів компетентностей щодо теоретичних аспектів фінансового маркетингу у різних галузях та сферах економіки, набуття практичних навичок пов'язаних з функціонуванням банків, страхових компаній, фінансових ринків та операцій на них, з просуванням інвестиційної привабливості суб'єктів різних сфер та галузей, проводити маркетингові дослідження для збору інформації при розробці нових фінансових продуктів і послуг, реалізовувати ефективну цінову політику, цілеспрямовано формувати систему взаємодії з клієнтами, стейкхолдерами та діловими партнерами. Теми пов'язані з фінансовим маркетингом у сфері торгівлі та сфері послуг введено на запит стейкхолдерів (ТОВ «Ozzy Group», «Yoki Group»), в силу того, що маркетинг формалізує інвестиційну привабливість ритейлу та закладів сфери послуг, дозволяє налагодити стійку взаємодію з партнерами та стейкхолдерами, інструменти маркетингу сьогодні використовуються для досягнення торговими підприємством та закладів сфери послуг як стратегічних так і фінансових цілей діяльності.

2. Мета навчальної дисципліни: засвоєння теоретичних знань та формування управлінського мислення, заснованого на розумінні сутності маркетингової концепції управління на фінансовому ринку.

3. Пререквізити. Теоретичною і методологічною базою вивчення дисципліни є «Гроші і кредит», «Фінанси», «Маркетинг», «Макроекономіка», «Мікроекономіка».

4. Результати навчання. Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» (освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування») вивчення дисципліни «Фінансовий маркетинг» сприяє поглибленню наступних компетентностей і програмних результатів навчання:

Загальні та фахові компетентності:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність працювати у команді;
- здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- здатність працювати автономно;
- розуміння особливостей функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури;
- здатність здійснювати ефективні комунікації;
- здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

Програмні результати навчання:

- знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем;
- знати та розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем;
- володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування);
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань і змістовно інтерпретувати отримані результати;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	3	5	3	90	15	30	-	-	45	-	Залік
Заочна	3	5	3	90	4	8	-	-	-	78	Залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	л	ін	с.р.		л	п	л	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. Концепції фінансового маркетингу											
Тема 1. Поняття, суть та еволюція фінансового маркетингу Мета: розглянути теоретичні засади та особливості фінансового маркетингу, еволюцію його концепцій та функцій фінансового маркетингу	8	1	2	-	-	5	10	1	-	-	-	9
Тема 2. Фінансовий ринок і маркетингове середовище Мета: розглянути сутність та структуру фінансового ринку, суб'єктів, класифікацію фінансового ринку та його маркетингове середовище	10	2	4	-	-	4	10	1	-	-	-	9
Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку Мета: розглянути сутність маркетингових досліджень, їх класифікацію та джерела інформації для них	10	-	2	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Тема 4. Комплекс фінансового маркетингу та його елементи Мета: розглянути продуктову, цінову та комунікаційну політики на фінансовому ринку як складові фінансового маркетингу	12	3	4	-	-	5	10	-	-	-	-	10
Разом за ЗМ1	40	6	12	-	-	22	40	2	0	-	-	38
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. Складові елементи фінансового маркетингу											
Тема 5. Банківський маркетинг Мета: розглянути специфіку маркетингу в банківській сфері, дати характеристику ринку банківських послуг, маркетингових досліджень на ньому та всіх елементів комплексу маркетингу на даному ринку	14	4	6	-	-	4	20	2	2	-	-	16
Тема 6. Страховий маркетинг Мета: розглянути сутність, цілі,	12	2	4	-	-	6	10	-	2	-	-	8

функції страхового маркетингу, проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку страхового ринку і комплексу страхового маркетингу на ньому												
Тема 7. Маркетинг на ринку цінних паперів Мета: розглянути основні характеристики маркетингу на фондовому ринку, маркетингові дослідження на ньому та здійснити аналіз цілісного комплексу маркетингу на ринку цінних паперів	14	2	4	-	-	8	10	-	2	-	-	8
Тема 8. Інвестиційний маркетинг у сферах та галузях економіки Мета: розглянути теоретичні засади інвестиційного маркетингу, навести специфіку інвестиційних процесів, інвестиційної стратегії суб'єктів ринку та цілісний комплекс маркетингу інвестиційних посередників	10	1	4	-	-	5	10	-	2	-	-	8
Разом за ЗМ 2	50	9	18	-	-	23	50	2	8	-	-	40
Усього годин	90	15	30	-	-	45	90	4	8	-	-	78

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

Самостійна робота студентів з дисципліни «Фінансовий маркетинг» направлена на узагальнення, засвоєння і закріплення знань та включає такі види робіт як опрацювання лекційного матеріалу, рекомендованої літератури, підготовку до практичних занять, розгляд питань, які виносились на самостійне вивчення, вирішення практичних ситуацій, підготовку та презентацію кейсових завдань до відповідних тем дисципліни.

п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна ф.н.	заочна ф.н.
1	Тема: Поняття, суть та еволюція фінансового маркетингу Завдання: опрацювати питання щодо сутності фінансового маркетингу, його функцій та показати розвиток концепцій фінансового маркетингу в теорії	5	9
2	Тема: Фінансовий ринок і маркетингове середовище Завдання: опрацювати питання пов'язані зі структурою фінансового ринку, його функціями, суб'єктами ринку та класифікацією	4	9
3	Тема: Маркетингові дослідження на фінансовому ринку Завдання: опрацювати питання щодо сутності маркетингових досліджень, навести їх класифікацію та джерела інформації маркетингових досліджень	8	10
4	Тема: Комплекс фінансового маркетингу та його елементи Завдання: опрацювати питання пов'язані з аналізом продукту, ціни розподілу та політики їх просування в комплексі фінансового маркетингу	5	10
5	Тема: Банківський маркетинг Завдання: опрацювати питання щодо специфіки маркетингу в банківській сфері, надати характеристику та параметри ринку банківських послуг, проаналізувати всі елементи комплексу маркетингу на даному ринку	4	16

6	Тема: Страховий маркетинг Завдання: опрацювати питання теоретичних засад страхового маркетингу, специфіку маркетингових досліджень на ринку та усвідомити цілісний комплекс страхового маркетингу в сучасних умовах	6	8
7	Тема: Маркетинг на ринку цінних паперів Завдання: опрацювати питання функціонування фондового ринку та специфіки маркетингу на ньому, зрозуміти як здійснюються маркетингові дослідження на такому ринку та усвідомити комплекс маркетингу економічних суб'єктів, що діють на ринку цінних паперів	8	8
8	Тема: Інвестиційний маркетинг у сферах та галузях економіки Завдання: опрацювати поняття інвестиції та інвестиційного маркетингу, зрозуміти специфіку маркетингу на інвестиційних ринках та усвідомити, що являє собою цілісний комплекс інвестиційного маркетингу в діяльності фінансових посередників	5	8
Усього годин		45	78

6. Методи навчання:

- вербальні методи (лекція, дискусія, пояснення, розповідь, консультація);
- практичні методи (практичні роботи);
- наочні методи (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо);
- кейсовий метод;
- робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, законодавчо-нормативною літературою та інтернет-ресурсами;
- комп'ютерні засоби навчання (онлайн курси – ресурси, web-конференції, вебіари тощо);
- самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни;
- дистанційне навчання з використанням відповідних онлайн-платформ.

Методи оцінювання:

- усне опитування;
- письмове опитування;
- тестування;
- презентація і захист результатів виконаних завдань і досліджень;
- аналітичні звіти, реферати, тези доповідей, статті;
- розв'язування практичних ситуацій;
- підсумковий контроль – залік.

7. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі. Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі – заліку (максимальна кількість – 40).

Кількість балів за кожний навчальний елемент дисципліни «Фінансовий маркетинг» виводиться з суми поточних видів контролю (за виступи та доповнення під час проведення практичних занять, розв'язок задач та ситуацій, тестові завдання, глосарій тощо) з урахуванням обмеження по максимально можливій кількості балів. Кількість балів за модуль

дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля та за модульну контрольну роботу. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 25 балів, за 2 модуль – 35 балів, 3 модуль – модуль-контроль.

Бали, які студент може набрати на заліку (модуль-контроль), розподіляються наступним чином:

- по теоретичному питанню студент отримує від **1 до 10 балів**: 8-10 балів ставиться у випадку, якщо студент безпомилково викладає навчальний матеріал, показує розуміння суті поставленого питання, робить власні висновки, пропозиції, використовує матеріали преси, додаткової літератури, законодавчі матеріали; 6-7 балів, якщо він грамотно розкриває суть поставлених питань, володіє термінами дисципліни, робить спроби аналізу, використовує матеріали преси, додаткової літератури, але допускає несуттєві помилки; 4-5 бали ставиться студенту, який поверхнево викладає суть навчального матеріалу, не використовує додаткові джерела інформації, допускає помилки у відповідях на поставлені питання; 0-3 бал - якщо не знає суті поставлених питань, при викладенні навчального матеріалу допускає грубі помилки;
- за кожний вірне визначення (всього – 5 термінів) категорії студент отримує **2 бали**, за частково вірне визначення (не наведено всі аспекти явища, не до кінця розкрита економічна суть) студент отримує **1 бал**;
- за кожну вірну відповідь на тест (всього – 5 тестових завдань) студент отримує **1 бал**;
- за вірну вирішену ситуацію студент отримує **від 1 до 5 балів**: 5 балів ставиться, якщо студент продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку та дав власні рекомендації щодо даної комерційної ситуації; 4 бали ставиться студенту, якщо він продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку, проте не дав / дав помилкові власні рекомендації; 1-3 бали ставиться студенту, якщо він демонстрував вірний хід вирішення ситуації, проте дав невірну відповідь.

Набрана сума балів дозволяє студенту отримати таку оцінку за шкалою оцінювання:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
відмінно / зараховано	A (90-100)	відмінно
добре / зараховано	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
задовільно / зараховано	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
незадовільно / незараховано	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)								Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					
<i>T1</i>	<i>T2</i>	<i>T3</i>	<i>T4</i>	<i>T5</i>	<i>T6</i>	<i>T7</i>	<i>T8</i>	40	100
5	6	5	9	10	8	9	8		

8. Рекомендована література

Основна:

1. Аберніхіна І. Г., Сокиринська І. Г. Фінанси страхових організацій : навч. посіб. Дніпро : Пороги, 2019. 198 с.
2. Бабух І. Б., Бабух Ю. Ю. Фінансовий маркетинг у сучасних умовах : зміст та завдання. *Фінансові інструменти сталого розвитку економіки : матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (12 травня 2022 р.)*. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2022. С. 190-192.
3. Бабух І. Б., Нікіфоров П. С. FinTech-компанії та комерційні банки на ринку фінансових послуг : проблеми розвитку та взаємодії. *Сучасні шляхи стабілізації фінансово-економічного стану країни : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 19 вересня 2020 року) / ГО «Львівська економічна фундація»*. Львів : ЛЕФ, 2020.
4. Бабух І. Б., Нікіфоров П. С. Банківська система України : ризики діяльності та забезпечення її фінансової безпеки. *Економіка, облік, фінанси та право : аналіз тенденцій та перспектив розвитку : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 24 жовтня 2019 р.)*. Полтава : ЦФЕНД, 2019. Ч. 4. С. 8-10.
5. Безус Р. М., Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Донських А. С., Воловик Д. В. Маркетинг у банках : навч. посіб. Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с.
6. Маркетинг для бакалаврів: навч. посіб. / І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Бабух та ін.; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2018. 396 с.
7. Грищенко О. Ф. Маркетинг у банку : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2018. 168 с.
8. Маслій Н. Д. Маркетинг : навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Одеса : Астропринт, 2017. 84 с.
9. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / за ред. Ю. Г. Козака, О. С. Смичка, І. Л. Літовченка. К. : Центр учбової літератури, 2014. 294 с.
10. Фондовий ринок : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. К.: Знання, 2016. 686 с.
11. Шелудько В. М. Фінансовий ринок : підручник. 3-тє вид., стер. затверджено МОН. К., 2015. 535 с.
12. Nikiforov P., Pochenchuk G., Babukh I. Innovation in the market of financial services of the digital economy: general trends and prospects. *Причорноморські економічні студії. Науковий журнал*. Вип. 62. 2021. С. 129-136.

Допоміжна:

1. Аранчій В. І., Остапенко О. М., Остапенко Т. М. Страховий менеджмент : навч. посіб. Полтава : ПДАА, 2018. 252 с.
2. Євроінтеграційні аспекти розвитку ринків фінансових послуг : монографія / Н. М. Внукова, Р. Пукала, В. А. Смоляк [та ін.] ; за заг. д-ра. екон. наук, професора Н. М. Внукової та канд. екон. наук Р. Пукала. Харків : Ексклюзив, 2018. 178 с.
3. Лютий І. О., Солодка О. О. Банківський маркетинг : підручник. К. : ЦУЛ, 2012. 776 с.
4. Мацук З. А. Фінансовий ринок. Навчально-методичні вказівки для самостійної роботи. Івано-Франківськ: Електронне видання, 2017. 68 с.
5. Новікова І. В., Худолій Л. М., Денисенко М. П., Кабанов В. Г. Банківський маркетинг : навч. посіб. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2016. 155 с.
6. Паламарчук І. В. Проблеми та фактори формування інвестиційного клімату в Україні. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації професійних спілок України*. URL : http://www.nbuv.gov.ua/por-tal/Soc_Gum/VAPSV_pdu/2011_3/St_24.pdf.
7. Цінні папери : практикум : навчальний посібник / за ред В. Д. Базилевича. К. : Знання, 2013. 791 с.
8. Nikiforov P., Babukh I. System of Banking Marketing: theoretical approaches and trends of modern practice. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2018. Вип. 21. С. 477-482.

9. Nikiforov P., Pochenchuk G., Babukh I. Institutional Changes in the financial sector of Ukraine as the basic terms of Current trends development of financial marketing. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. Економічні науки. Вип. 1 (73). С. 150-161.
10. Nikiforov P., Babukh I., Kinashchuk S. FinTech as a driver for today's financial market transformations: the Ukrainian context. *Причорноморські економічні студії*. Науковий журнал. Вип. 51. 2020. С. 189-194. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/51_2020/32.pdf.
11. Babukh I., Nikiforov P., Venher Ye. FinTech services market in Ukraine: current situation, problems and prospects. *Ефективна економіка*. Вип. 8. 2020. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8093>.

9. Інформаційні ресурси:

1. Офіційний сайт Міжнародного інституту менеджменту. URL : <http://www.imd.org/wcc/>.
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : <http://www.minfin.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL <http://www.me.gov.ua/>.
5. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму. URL : <http://www.weforum.org>.
6. Про затвердження Положення про обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу та платоспроможності, ліквідності, прибутковості, якості активів та ризиковості операцій страховика : Розпорядження Нацкомфінпослуг 07.06.2018 р. № 850. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0782-18#n7>.
7. Про страхування : Закон України від 04.10 2001 № 2745-III (зі змінами і доповненнями). Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-14>.