

Учебная дисциплина «Маркетинг финансовых, банковских и страховых услуг»

<p>Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы</p>	<p align="center">Образовательная программа бакалавриата (I ступень высшего образования) Специальность: 6-05-0411-02 Финансы и кредит Компонент учреждения образования Модуль «Коммуникации и маркетинг»</p>
<p>Краткое содержание</p>	<p>Сущность и роль маркетинга. Принципы, функции маркетинга, маркетинговая среда маркетинга. Маркетинговые исследования. Назначение товарной политики. Ценовая политика. Понятие цены товара. Функции цены товара: информационная, распределительная, стимулирующая, сбалансированности спроса и предложения, учетная. Понятие маркетинговых коммуникаций. Назначение коммуникационной политики. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Понятие стратегического планирования в маркетинге. План маркетинга. Этапы разработки плана маркетинга. Маркетинг финансовых услуг. Особенности комплекса маркетинга финансовых услуг. Понятие финансовых услуг. Специфика финансовых услуг. Маркетинг страховых услуг. Понятие страховых услуг. Комплекс маркетинга банковских услуг. Особенности ценовой политики банковских услуг. Тарифная политика банка. Специфика коммуникационной политики банковских услуг. Регулирование страховой деятельности в Республике Беларусь. Виды страховых услуг. Риски в страховании.</p>
<p>Формируемые компетенции, результаты обучения</p>	<p>Базовые профессиональные компетенции: знать: сущность основных концепций маркетинга; методы и технологии проведения маркетинговых исследований; состав комплекса маркетинга; специфику реализации комплекса маркетинга в финансовых, банковских и страховых учреждениях, вызванную особенностями продукта и клиентов учреждений. уметь: провести маркетинговые исследования по заданному направлению; использовать нормативно-правовую базу организации финансов и банковского дела; анализировать простейшие финансовые и банковские операции; определить конкурентные преимущества финансовых, банковских и страховых учреждений по результатам исследования рынка. владеть: основами знаний в области формирования комплекса маркетинга финансовых, банковских и страховых учреждений; основами мероприятий по снижению риска на рынке финансовых, банковских и страховых услуг.</p>
<p>Пререквизиты</p>	<p>История денег, финансов и предпринимательства</p>
<p>Трудоемкость</p>	<p>3 зачетные единицы, 120 академических часов, из них 52 аудиторных: 28 ч. лекций (в том числе управляемая самостоятельная работа – 8 часов) и 24 ч. семинарских занятий.</p>
<p>Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации</p>	<p>2 семестр, рефераты, тесты, зачет.</p>