



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Фінансовий маркетинг»**

<b>Спеціальність</b>	072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
<b>Освітня програма</b>	Митна справа
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	5 або 6 або 7 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5 кредитів
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 12 год. Лабораторні – 12 год. Самостійна робота – 102 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Екзамен
<b>Кафедра</b>	Кафедра міжнародної торгівлі, митної справи та фінансових технологій, ауд. 308 1 корпусу, сайт кафедри: <a href="http://www.customs.hneu.edu.ua/#">http://www.customs.hneu.edu.ua/#</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Ачкасова Світлана Анатоліївна, к.е.н., доцент
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	svitlana.achkasova@hneu.net
<b>Дні занять</b>	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Лабораторні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>
<b>Консультації</b>	На кафедрі міжнародної торгівлі, митної справи та фінансових технологій, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні
<b>Мета навчальної дисципліни:</b> формування у студентів 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 (споживачами).	
<b>Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни</b>	
<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти та особливості фінансового маркетингу</b>	
Тема 1. Поняття та сутність фінансового маркетингу	
Тема 2. Маркетингове середовище фінансового ринку	
Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку	
<b>Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні аспекти видів фінансового маркетингу</b>	
Тема 4. Банківський маркетинг	
Тема 5. Страхувальний маркетинг	
Тема 6. Маркетинг на фондовому ринку	
Тема 7. Інвестиційний маркетинг	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>	
Мультимедійний проектор	
<b>Система оцінювання результатів навчання</b>	
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.	
Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до	



виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі іспиту.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

**Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.**

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порухеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни***