



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

<b>Освітньо-професійна програма</b>	Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
<b>Спеціальність</b>	D2 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
<b>Галузь знань</b>	D «Бізнес, адміністрування та право»
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Мова навчання</b>	українська
<b>Профайл викладача</b>	Бабух Ілона Борисівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку <a href="http://mmix.cv.ua/staff/babuh-ilona-borysivna">http://mmix.cv.ua/staff/babuh-ilona-borysivna</a>
<b>Контактний телефон</b>	+380372509465
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:i.babuh@chnu.edu.ua">i.babuh@chnu.edu.ua</a>
<b>Сторінка курсу в Moodle</b>	<a href="https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1640">https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1640</a>
<b>Консультації</b>	За попередньою домовленістю

### АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів освіти комплексної системи компетентностей у сфері фінансового маркетингу, з урахуванням його теоретичних засад, концептуальних моделей і практичних інструментів, застосовуваних у різних секторах економіки. Особлива увага приділяється засвоєнню механізмів функціонування банківських установ, страхових та інвестиційних компаній, фінансових ринків, а також специфіки реалізації маркетингових операцій у цих сегментах.

У процесі навчання студенти набувають практичних навичок у просуванні інвестиційної привабливості економічних суб'єктів, організації та проведенні маркетингових досліджень для збору, аналітичної обробки й інтерпретації інформації, необхідної для розробки фінансових продуктів і послуг. Значну роль у структурі дисципліни займає формування ефективної продуктової, цінової політики, управління взаємовідносинами з клієнтами та партнерами, а також побудова системи комунікацій зі стейкхолдерами, що виступають ключовими факторами успішної реалізації фінансово-маркетингових стратегій у сучасному економічному середовищі.

**Метою навчальної дисципліни** є формування у здобувачів вищої освіти системного комплексу теоретичних знань у сфері фінансового маркетингу та набуття практичних компетенцій щодо ефективного просування фінансових продуктів і послуг на ринку з урахуванням потреб цільових клієнтських сегментів. Особлива увага приділяється забезпеченню ефективності маркетингової діяльності банківських і парабанківських установ, що функціонують у динамічному фінансовому середовищі.

**Завданням дисципліни** є орієнтація майбутніх фахівців на практичне освоєння сучасних інструментів фінансового маркетингу в усіх сегментах

фінансового ринку, що створює основу для формування високого рівня професійної компетентності та конкурентоспроможності випускників. Такий підхід забезпечує готовність до ефективної діяльності в умовах трансформації фінансових ринків, посилення вимог до якості обслуговування клієнтів та інтеграції інноваційних маркетингових стратегій.

### **НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ**

<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ Й ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ</b>
Тема 1. Сутність фінансового маркетингу та сучасні концептуальні підходи до його розвитку
Тема 2. Ринок фінансових послуг як динамічне середовище функціонування фінансового маркетингу
Тема 3. Комплекс фінансового маркетингу
Тема 4. Інформаційне й аналітичне забезпечення маркетингової діяльності фінансових установ
Тема 5. Стратегічне планування та розробка маркетингових стратегій у фінансовому секторі
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ</b>
Тема 6. Банківський маркетинг: специфіка, інструментарій та методи реалізації
Тема 7. Страховий маркетинг та особливості його впровадження на ринку фінансових послуг
Тема 8. Маркетинг на фондовому ринку
Тема 9. Інвестиційні стратегії маркетингової поведінки на фінансовому ринку

### **ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

Робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Самостійна робота над індивідуальним завданням.

Реферативні та пошукові дослідження.

Неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.

Інші види індивідуальних і групових завдань.

### **ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

*Поточний контроль.* Формами поточного контролю є:

Презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.

Оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

Тести або оцінювання практичних завдань.

Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів.

Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок.

*Підсумковий контроль* – залік в усній формі.

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

### **ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf>;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023-plusdodatky-31102023.pdf>.

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Академічні ресурси : репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з фінансового маркетингу.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Офіційний сайт журналу «Світ фінансів». URL : <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : <http://www.minfin.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL : <https://nkrzi.gov.ua/>.
6. Офіційний сайт Національного Банку України. URL : <https://bank.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму. URL : <http://www.weforum.org>.
8. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.200, № 2121-III. URL : <https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/zakoniukraini/arhiv-zakoniv-ukraini/zakoni-ukraini-za-2000-rik/print-35589.html>.
9. 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>.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу*

**«ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»**

*висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>