

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(Пензенский филиал)**

**Кафедра «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»**

**ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**

Методические указания по выполнению реферата

для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика»  
профиль «Финансовые рынки и банки»  
(для очной формы обучения)

*Одобрено кафедрой «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»  
(протокол № 1 от 31 августа 2021 г.)*

Пенза 2021

## **1. Методические рекомендации по написанию реферата по дисциплине «Финансовый маркетинг»**

### **Рекомендации студенту:**

- перед началом работы по написанию реферата необходимо согласовать с преподавателем тему, структуру, литературу, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в реферате;

- реферат оформляется в соответствии со следующими требованиями: шрифт - TimesNewRoman, размер шрифта - 14, межстрочный интервал - 1,5, размер полей - 2,5 см, отступ в начале абзаца - 1,25 см, форматирование по ширине); объем 10 листов; листы работы скреплены скоросшивателем. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название кафедры, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;

- структура реферата - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 7 позиций). Объем согласовывается с преподавателем. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Общая оценка за реферат учитывает содержание работы, а также ответы на вопросы по теме реферата на собеседовании.

### **2.2. Методические рекомендации по работе с литературой**

В работе над рефератом используется учебная и научная литература по теме исследования, а также материалы периодических изданий (газет и журналов). В качестве иллюстрационного материала к положениям реферата могут использоваться данные статистических сборников и отчетности отдельных хозяйствующих субъектов.

#### **Рекомендуемая литература**

##### **Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // <http://www.consultant.ru/>

2. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями) // <http://www.consultant.ru/>
3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями) // <http://www.consultant.ru/>
4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изменениями и дополнениями) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // <http://www.consultant.ru/>
5. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (с изм. и доп.) «О банках и банковской деятельности» // <http://www.consultant.ru/>
6. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (с изм. и доп.) «О потребительском кредите (займе)» // <http://www.consultant.ru/>

### **Основная литература**

1. Рыжикова Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учеб. пособие / Т.Н. Рыжикова. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 225 с.— режим доступа: <http://znanium.com>
2. Соловьев Б. А. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - режим доступа: <http://znanium.com>
3. Тесля П. Н. Финансовый менеджмент: Учебник / Тесля П.Н. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 218 с.: – режим доступа: <http://znanium.com>

### **Дополнительная литература**

4. Морозко Н. И. Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Н.И. Морозко, И.Ю. Диденко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с: – режим доступа: <http://znanium.com>
5. Левчаев П. А. Финансовый менеджмент : учеб. пособие / П.А. Левчаев. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 247 с. – режим доступа: <http://znanium.com>
6. 6. Банковский маркетинг : учебник / Ю.А. Ровенский, Н.Н. Наточеева, под ред. — Москва : Проспект, 2016. — 272 с. режим доступа: <https://www.book.ru/book/921708>

### **Периодические издания:**

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Менеджмент в России и за рубежом
3. Маркетинг и маркетинговые исследования
4. Маркетинг услуг
5. Российская экономика: теория и практика
6. Российское предпринимательство
7. Управленческие науки

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. <http://www.consultant.ru> – Сайт правовой системы «Консультант Плюс»
2. <http://elib.fa.ru/> - Электронная библиотека Финансового университета
3. <http://www.franchay.ru/> -Каталог франшиз
4. <http://www.spark-interfax.ru> - Система профессионального анализа рынков и компаний
5. <http://www.garant.ru> – Сайт правовой системы «Гарант»
6. <http://www.rospotrebnadzor.ru/> - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека
7. [www.znanium.com](http://www.znanium.com) - Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»

## 2.1. Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это доклад на выбранную автором тему, либо освещение содержания какой-либо статьи, книги, научной работы или иного научного труда. То есть, это авторское исследование, которое раскрывает суть заданной темы, отражает и приводит различные мнения об исследуемом вопросе или проблеме и представляет точку зрения автора реферата.

### Тематика рефератов

1. Роль финансового маркетинга в экономическом развитии России.
2. Усиление роли финансового маркетинга в условиях турбулентности финансовых рынков.
3. Инновации как способ достижения конкурентного преимущества финансовой организации.
4. Маркетинг как философия бизнеса. Этапы формирования и развития концепции маркетинга.
5. Особенности использования маркетинговой информации на финансовых рынках.
6. Маркетинг как инструмент развития финансовой организации.
7. Поведение потребителей на финансовых рынках.
8. Особенности SWOT-анализа различных субъектов финансовых рынков.
9. Внедрение нового финансового продукта и услуги на рынок
10. Условия и факторы, формирующие спрос на финансовые продукты (услуги).
11. Современные тенденции развития системы распределения (товародвижения) на финансовых рынках.
12. Управление продажами на финансовых рынках.
13. Современное развитие банковского маркетинга.
14. Современное развитие маркетинга на рынке инвестиционных услуг и рынке ценных бумаг.
15. Современное развитие страхового маркетинга.
16. Персональное банковское обслуживание
17. Дистанционное банковское обслуживание
18. Система маркетинга партнерских отношений в финансовой организации  
Сущность маркетинга партнерских отношений.
19. Направления развития маркетинга в финансово-кредитных системах зарубежных стран.
20. Маркетинговая информационная система финансовой организации: основные подходы применяемые организациями различных стран.
21. Понятие информационной безопасности финансовой организации.
22. Правовая защита маркетинговой информации
23. Оценка конкурентоспособности финансовой организации
24. Методики построения банковских рейтингов.

25. Участники финансового рынка. Процесс принятия решений о приобретении финансовых продуктов

26. Качество финансовых услуг. Методики оценки качества финансовых услуг.

### **Рекомендации студенту:**

Выбранную тему необходимо в первую очередь обосновать, отметить актуальность вопроса или проблемы, осветить признанные в научном мире результаты исследований и факты, отразить наиболее авторитетные мнения ученых и исследователей выбранной области. Формально реферат состоит из титульного листа, оглавления, введения, основной части, заключения и списка литературы.

Работая над рефератом, необходимо придерживаться определенной последовательности действий. Во-первых, надо выбрать тему, желательно, чтобы тема была, прежде всего, интересна вам или у вас уже имелся опыт работы над смежными темами по другим дисциплинам. Затем определить источники, с которыми вам придется работать, и внимательно их изучить, систематизировать и обработать. Предварять написание реферата надо разработкой и составлением плана. Завершает работу над рефератом предоставление его научному руководителю, либо публичное выступление.

Вступление, или введение, реферата предполагает обоснование тематики, ее актуальности, четкое определение целей и задач работы, обзор литературы по выбранной теме и приложения (если они требуются). Основная часть реферата – самая важная, в ней раскрывается суть выбранной темы или проблематики, приводятся теоретические обоснования, доказательная база, аргументация, точка зрения автора подкрепляется ссылками на авторитетные мнения специалистов, результатами исследований и так далее.

Заключение содержит основные выводы по итогам проделанной работы, умозаключения собственно автора, приводятся результаты, по возможности указываются рекомендации, вносятся предложения.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
(Пензенский филиал)

**Кафедра «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»**

*Направление подготовки «Экономика»*  
Программа подготовки: «**Финансовые рынки и банки**»

## РЕФЕРАТ

**по дисциплине «Финансовый маркетинг»**

*Тема* \_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Курс \_\_\_\_\_ № группы \_\_\_\_\_

Личное дело № \_\_\_\_\_

Преподаватель  
(уч. степень, должность, Ф.И.О.)