**Примерный перечень вопросов и практико-ориентированных заданий к государственному экзамену для студентов очно-заочной формы обучения, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент»,**

**направленность программы «Финансовый маркетинг»**

**Вопросы на основе содержания общепрофессиональных и профессиональных дисциплин направления подготовки**

1. Основные этапы развития знания об управлении организацией. Основные школы и направления.
2. Альтернативные модели поведения фирмы: максимизация прибыли, максимизация продаж, максимизация роста, управленческое поведение.
3. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска. Распределение вероятностей̆.
4. Организация. Выделение сущностных признаков и современные подходы к ее изучению: ключевая идея, базовые понятия, инструменты. Новые типы организаций: виртуальные, многомерные, фрактальные и пр.
5. Стратегический процесс: последовательность и инструменты стратегического менеджера. Корректировка стратегии.
6. Корпоративная культура: технологии управления и формирования.
7. Сравнительный анализ жизненного цикла организации, проекта, товара, технологии. Основные этапы жизненного цикла по Адизесу: признаки и управленческие риски. Этапы жизненного цикла по Л. Грейнеру.
8. Критерии эффективности управления организацией: основные подходы и методологии. Эволюция финансового подхода
9. Оценка эффективности организации: эволюция комплексного подхода. Эффективность организации: BSC-подход и подход Рамперсада (персональные стратегические карты).
10. Управление изменениями. Основные подходы: технологии и средства развития организации. Сопротивление изменениям: методы оценки, нейтрализации, устранения.
11. Управление технологическими и интеллектуальными ресурсами организации: подходы и технологии.
12. Экономика знаний и требования к управлению нематериальными активами.
13. Понятие и принципы построения самообучающихся организаций. Социально-психологические особенности формирования культуры самообучающейся организации.
14. Методы исследования удовлетворенности сотрудников в организации. Инструменты управления включенным поведением разных типов сотрудников организации.
15. Инновации в организации. Влияние нововведений в организации на поведение сотрудников.
16. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия управленческих решений. Типология инструментов стратегического анализа.
17. Анализ методов и источников приобретения устойчивых конкурентных преимуществ.
18. Анализ отраслевой структуры: прогнозирование прибыльности отрасли, позиционирования компании и стратегии изменения отраслевой структуры.
19. Методы анализа ключевых факторов успеха. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р. Гранту.
20. Анализ конкурентов и сегментации рынка. Анализ стратегических групп. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера, Д. Аакера, Г. Минцберга.
21. Исследование изменений внешней среды и стратегической перспективы методами сценарного анализа. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями.
22. Конкуренция и типы рынка. Анализ конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество на основе чувствительности к изменениям.
23. Современные технологии финансового планирования и прогнозирования (BSC, KPI и др.).
24. Критерии оптимального финансирования: по структуре пассива (финансовый рычаг), по краткосрочной структуре баланса (критерий ликвидности), по долгосрочной структуре баланса (правило «левой и правой руки»), по цене капитала (WACC).
25. Формирование экономической прибыли и экономической добавленной стоимости. EBITDA: особенности показателя и алгоритм расчета.

**Вопросы на основе содержания дисциплин магистерской программы «Финансовый маркетинг»**

1. Современное развитие концепции финансового маркетинга. Понятия, цели, задачи и принципы развития финансового маркетинга на современном этапе.

2. Оценка финансовыми организациями показателей маркетинговой макро- и микросреды. Методы анализа маркетинговой среды на финансовых рынках.

3. Понятие, виды и особенности оценки конкуренции на финансовых рынках. Применение к финансовым рынкам пяти сил, определяющих конкуренцию по модели М. Портера.

4. Понятие и принципы формирования маркетинговой информационной системы финансовой организации на основе комплекса маркетинга. Применение внутренних и внешних источников маркетинговой информации финансовой организацией.

5. Маркетинговые исследования на финансовых рынках: цели и задачи, методы и принципы, этапы и особенности проведения.

6. Понятие, цели и задачи, методы и принципы, особенности сегментации на финансовых рынках. Особенности поведения потребителей на финансовых рынках и управление взаимоотношениями с потребителями (CRM-системы).

7. Понятие, цели и задачи, способы и типы позиционирования на финансовых рынках. Проведение репозиционирования на финансовых рынках.

8. Стратегическое планирование на финансовых рынках. Понятие, роль и значение формирования маркетинговой стратегии на финансовых рынках.

9. Понятие, цели и задачи, этапы и особенности планирования маркетинга на финансовых рынках. Виды маркетинговых планов, структура и содержание плана маркетинга финансовой организации.

10. Формирование маркетинговых организационных структур в системе управления финансовой организацией: виды и особенности, типы, различия, достоинства и недостатки. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга финансовой организации: знания, качества, умения.

11. Понятие, цели и задачи, виды и содержание стратегического контроля на финансовых рынках. Понятие, принципы и виды маркетингового аудита.

12. Характеристика инструментов комплекса финансового маркетинга. Современные концепции комплекса финансового маркетинга.

13. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления. Классификация финансовых продуктов и услуг.

14. Методы оценки «продуктового портфеля» финансовой организации и формирование жизненного цикл финансового продукта (ЖЦФП). Особенности брендинга и ребрендинга на финансовых рынках.

15. Содержание и основные цели ценовой политики на финансовых рынках. Методы ценообразования, ценовые стратегии и этапы процесса управления ценами на финансовых рынках.

16. Основные направления политики распределения на финансовых рынках. Особенности сбытовой политики и управления продажами на финансовых рынках.

17. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках. Финансовая реклама, связи с общественностью (PR), стимулирование сбыта, прямой маркетинг на финансовых рынках: основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения.

18. Особенности современного развития концепции банковского маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий банками.

19. Особенности современного развития концепции страхового маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий страховыми компаниями.

20. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения рекламы на финансовых рынках. Современные виды и примеры применения рекламных технологий на финансовых рынках.

21. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения связей с общественностью (PR) на финансовых рынках. Современные виды PR и примеры применения PR-акций на финансовых рынках.

22. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения инструментов стимулирования сбыта на финансовых рынках. Современные виды стимулирования сбыта и примеры его применения на финансовых рынках.

23. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения инструментов прямого маркетинга на финансовых рынках. Современные виды прямого маркетинга и примеры его применения на финансовых рынках.

24. Современное развитие финансового маркетинга на международных рынках. Особенности использования банковского и страхового маркетинга в разных странах мира.

25. Характеристики основных технологий цифрового маркетинга и особенности их применения финансовыми организациями.

**Примеры практико-ориентированных заданий**

**Задание 1.**

*Условие:*

Финансовая организация предлагает на рынке условный финансовый продукт. В течение восьми периодов цена и спрос на него изменяются (табл. 1). Известна величина средних переменных затрат на единицу финансового продукта.

*Таблица 1*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № периода | Цена за ед. фин. продукта руб. | Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб. | Спрос ед. | Коэфф. эластич-ности спроса по цене | Маржиналь-ный доход на ед. фин. продукта, руб. | Маржиналь-ный доход на весь объем фин. про-дуктов, руб. |
| 1. | 22000 | 11343 | 1122 |  |  |  |
| 2. | 25000 | 11343 | 950 |  |  |  |
| 3. | 27500 | 11343 | 880 |  |  |  |
| 4. | 29000 | 11343 | 810 |  |  |  |
| 5. | 32000 | 11343 | 750 |  |  |  |
| 6. | 41000 | 11343 | 620 |  |  |  |
| 7. | 59000 | 11343 | 557 |  |  |  |
| 8. | 63000 | 11343 | 432 |  |  |  |

*Задание*

На основе расчетов с использованием указанных в таблице 1 данных определите:

* значение коэффициента эластичности спроса по цене на финансовый продукт (попарно сопоставляя периоды);
* тип эластичности спроса для данного типа финансовых продуктов;
* маржинальный доход на единицу финансового продукта за каждый период;
* общий маржинальный доход на весь объем реализованных финансовых продуктов за каждый период;
* предпочтительный вариант цены с точки зрения финансовой организации.

**Задание 2.**

*Условие:*

1. Объект страхования – легковой автомобиль Toyota Land Cruiser Prado 2015 года выпуска объемом двигателя 2700 л., принадлежащий физическому лицу. Срок эксплуатации автомобиля – 4 года. Стоимость автомобиля – 40 тыс. долл.

2. Потенциальный клиент проживает в г. Москве и планирует первый раз страховать этот автомобиль по программе КАСКО (страхование рисков «угон», «ущерб», «пожар»), так как купил его два дня назад. Возраст – 35 лет. Водительский стаж – 8 лет.

3. По риску «Пожар» для всех ТС тариф составляет 0,1%.

4. Базовые тарифы по риску «Угон» в Москве представлены ниже. Автомобиль относится к группе №7.

|  |  |
| --- | --- |
| Группа ТС по риску «Угон» | Тариф, % |
| Группа №1 | 7.0 |
| Группа №2 | 4.0 |
| Группа №3 | 3.0 |
| Группа №4 | 2.0 |
| Группа №5 | 1.5 |
| Группа №6 | 1.0 |
| Группа №7 | 0.5 |

5. Базовые тарифы по риску «Ущерб» для всех ТС (в % от страховой суммы) представлены ниже. По рассматриваемому ТС к риску «Ущерб» применяется поправочный коэффициент (марка, модель) 0.9 и поправочный коэффициент (стаж, возраст) 0,79.

|  |  |
| --- | --- |
| Стоимость ТС ($) (\*) | Возраст ТС |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| до 5 000 | 23.85 | 25.54 | 26.59 | 28.24 | 29.64 | 31.13 | 32.69 | 34.32 | 36.04 | 37.84 |
| 5 001 – 7 000 | 18.30 | 19.56 | 20.52 | 21.56 | 22.63 | 23.76 | 24.95 | 26.20 | 27.50 | 28.88 |
| 7 001 – 12 000 | 13.24 | 14.14 | 14.84 | 15.59 | 16.37 | 17.18 | 18.05 | 18.94 | 19.90 | 20.89 |
| 12 001 – 20 000 | 9.97 | 10.64 | 11.17 | 11.75 | 12.32 | 12.94 | 13.60 | 14.28 | 14.98 | 15.73 |
| 20 001 – 30 000 | 8.10 | 8.65 | 9.08 | 9.54 | 10.02 | 10.52 | 11.04 | 11.59 | 12.17 | 12.78 |
| 30 001 – 40 000 | 7.02 | 7.50 | 7.87 | 8.27 | 8.69 | 9.11 | 9.58 | 10.04 | 10.55 | 11.08 |
| 40 001 – 50 000 | 6.60 | 7.04 | 7.38 | 7.75 | 8.15 | 8.56 | 8.99 | 9.42 | 9.90 | 10.39 |
| 50 001 – 60 000 | 5.85 | 6.57 | 6.94 | 7.34 | 7.55 | 7.92 | 8.33 | 8.74 | 9.17 | 9.64 |
| 60 001 – 70 000 | 5.29 | 5.94 | 6.29 | 6.64 | 7.06 | 7.40 | 7.78 | 8.16 | 8.57 | 9.00 |
| 70 001 – 80 000 | 4.81 | 5.40 | 5.70 | 6.04 | 6.70 | 7.04 | 7.39 | 7.76 | 8.15 | 8.56 |
| 80 001 – 90 000 | 4.38 | 4.91 | 5.21 | 5.51 | 6.40 | 6.71 | 7.06 | 7.40 | 7.78 | 8.16 |
| 90 001 – 100 000 | 3.96 | 4.45 | 4.70 | 4.98 | 6.11 | 6.42 | 6.74 | 7.07 | 7.43 | 7.80 |
| Малотоннажные ТС и микроавтобусы | 6.16 | 6.71 | 6.93 | 7.37 | 7.59 | 7.81 | 8.03 | 8.25 | 8.47 | 8.91 |
| Грузовые ТС, автобусы | 2.09 | 3.19 | 3.74 | 5.17 | 5.72 | 7.04 | 10.01 | 10.56 | 12.32 | 12.54 |
| Прицепы, полуприцепы | 1.21 | 1.65 | 1.98 | 2.64 | 3.41 | 4.18 | 4.95 | 6.27 | 7.04 | 7.70 |

*Задание*

1. Произведите расчет страхового тарифа по рискам «Пожар», Угон» и «Ущерб».

2. Произведите расчет страховой премии на примере комплексного автострахования КАСКО с учетом указанных рисков.

**Задание 3.**

*Условие:*

Финансовая организация имеет не менее пяти видов финансовых услуг, среди них услуги, связанные с накоплением денежных средств; консультационные услуги; учет прав на ценные бумаги; услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами; клиринговая деятельность; услуги, связанные с размещением денежных средств. Выручка по кварталам по каждому виду финансовых услуг представлена в таблице 1.

Таблица 1 *-* Выручка по видам услуг финансовой организации

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № товарной линии (т/л) | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| 1. Услуги, связанные с накоплением денежных средств | 1632 | 1155 | 990 | 1430 |
| 2. Консультационные услуги | 132 | 253 | 396 | 429 |
| 3 Учет прав на ценные бумаги | 60 | 66 | 88 | 88 |
| 4. Услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами | 324 | 451 | 209 | 231 |
| 5. Клиринговая деятельность | 0 | 11 | 0 | 242 |
| 6. Услуги, связанные с размещением денежных средств | 324 | 880 | 1100 | 1749 |

*Задание.*

1. С помощью ABC-анализа на основании данных по выручке классифицируйте услуги финансовой организации.

2. Определите долю в выручке каждого вида услуги.

3. Дайте оценку динамике продаж по наиболее значимым видам услуг.

**Задание 4.**

*Условие:*

Деятельность финансовой организации характеризуется отсутствием тенденции и резких сезонных колебаний и продаж. В таблице 1 представлены данные по видам финансовых продуктов/услуг по доле в объеме продаж за год и значению коэффициента вариации по помесячной динамике продаж.

Таблица 1 *-* Данные по видам финансовых продуктов/услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № товарной линии (т/л) | Доля в объеме продаж | V коэффициент вариации |
| 1. Услуги, связанные с накоплением денежных средств | 30% | 11% |
| 2. Услуги, связанные с размещением денежных средств | 40% | 5% |
| 3 Учет прав на ценные бумаги | 10% | 35% |
| 4. Услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами | 5% | 80% |
| 5. Консультационные услуги  | 3% | 14% |
| 6. Клиринговая деятельность  | 2% | 110% |

*Задание:*

1. Дайте характеристику ассортимента услуг финансовой организации.

2. Проведите совместный ABC-XYZ анализ ассортимента услуг финансовой организации.

**Задание 5.**

*Условие:*

Маркетологи финансовой организации «СитиКредит» г. Москва, созданной в 2017 году решили разместить рекламную информацию в форме прямого ответа с последующим заказом на поставку финансовых услуг. Аналитики компании выделили три наиболее выгодных канала продвижения информации через рекламные агентства: **«**Toptraffic**»,«**Buyble Group» и **«**Контраст медиа» г. Москвы.

Каждый из каналов считается в равной степени подходящим для целевой группы потребителей базовой организации. Данные рекламных агентств с учетом охвата на 1000 человек, ожидаемого процента заказов и затрат на информацию приведены в таблице 1**.**

Таблица 1 – Показатели рыночного участия рекламных еженедельников

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рекламные агентства | Чистый охватна 1000 человек | Ожидаемый процент заказов | Затраты на информацию(руб. на 1000 чел.) | Размещение заказа по мин. затратам |
| «Toptraffic» | 920 | 0,4 | 51520 | ? |
| «[Buyble Group](http://msk.spravka.city/company/buyble-group%22%20%5Co%20%22Buyble%20Group)» | 880 | 0,09 | 14256 | ? |
| «[Контраст медиа](http://msk.spravka.city/company/kontrast-media-0)» | 750 | 0,1 | 12000 | ? |

*Задание:*

1. Выполните расчет размещения заказа с учетом минимизации затрат.

2. Обоснуйте наиболее выгодный канал продвижения информации.

3. Предложите конструктивные меры по использованию контекстной и мобильной рекламы для увеличения объемов продаж в базовой компании.