

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.05.2024 11:54:04
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340874f9

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Инвестиционный маркетинг

для направления подготовки

38.03.02 Менеджмент,

направленность (профиль): «Финансовый менеджмент»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в изучение студентами одной из разновидностей финансового маркетинга, его принципов и особенностей, комплекса инвестиционного маркетинга, стратегический инвестиционного маркетинга.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение специфики инвестиционного маркетинга, как направления по формированию производственно-экономических решений в области инвестиций;
- рассмотрение понятия инвестиционного риска и особенностей его классификации;
- обучению стратегии, применяемой в инвестиционном маркетинге;
- изучение основ комплекса инвестиционного маркетинга.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом базовой части Блока 1 образовательной программы.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующей компетенции: ПК-3.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ПК-3	Способен производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, сравнивать параметры финансовых продуктов, организовывать и проводить презентации финансовых продуктов и услуг	ПК - 3.1. Обладает умением производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг ПК - 3.2. Умеет сравнивать параметры финансовых продуктов ПК -3.3. Владеет навыками организации и проведения презентации финансовых продуктов и услуг

1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3

Аудиторные учебные занятия, всего	54	54
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	18	18
Практические занятия	36	36
Самостоятельная работа обучающихся, всего	122	122
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	82	82
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины	180	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	42	42
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	14	14
Практические занятия	28	28
Самостоятельная работа обучающихся, всего	134	134
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	94	94
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины	180	

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
Аудиторные учебные занятия, всего	26	26
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	10	10
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа обучающихся, всего	150	150
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	110	110
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость учебной дисциплины	180	

1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
-------	-----------------------

1	Тема 1 Понятие и сущность инвестиционного маркетинга. Экономическая сущность и классификации инвестиций.
2	Тема 2. Корпоративные стратегии развития организации. Стратегии на функциональном и операционном уровне
3	Тема 3. Инвестиционные риски
4	Тема 4. Стратегии инвестиционного маркетинга
5	Тема 5. Комплекс инвестиционного маркетинга