

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного факультету
В.М. Гельман
« 25 » 08 2025 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ У ФІНАНСОВИХ УСТАНОВАХ

підготовки бакалаврів

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма «Фінанси і кредит»

спеціальності D2 «Фінанси, банківська справа, страхування
та фондовий ринок»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

ВИКЛАДАЧІ: Болдуєва Оксана Валеріївна, д.е.н., професор, професор кафедри фінансів,
банківської справи, страхування та фондового ринку
Кисільова Інна Юріївна, к.ф.-м.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи, страхування та фондового ринку

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри фінансів, банківської
справи, страхування та фондового ринку

Протокол № 1 від "25" серпня 2025 р.
Завідувач кафедри фінансів, банківської
справи, страхування та фондового ринку
Черп А.В. Черп

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
Горбунова А.В. Горбунова

2025 рік

Зв'язок з викладачем:

E-mail: inna_kisileva@ukr.net

Інші засоби зв'язку: Відеоконференція в Google meet : hha-asyu-nxd

Кафедра: Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку, 5й корп. ЗНУ, ауд. 114 (1^й поверх) (061) 228-76-24 (кафедра)

1. Опис навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Маркетинг у фінансових установах» - розкриття теоретичних і практичних основ функціонування та розвитку маркетингу фінансового ринку як підсистеми фінансових відносин. Основними завданнями дисципліни є визначення місця фінансового ринку у фінансовій системі; обґрунтування необхідності функціонування фінансових інструментів як засобів взаємодії учасників ринку та розкриття особливостей обігу різних видів цінних паперів; визначення суті інфраструктури фінансового ринку, її значення для забезпечення виконання ринком своїх функцій та виявлення особливостей діяльності професійних учасників, фондових бірж, посередників в Україні; розкриття основних відмінностей обігу різних видів цінних паперів; обґрунтування необхідності державного регулювання фінансового ринку з урахуванням специфіки економічного й соціального розвитку України.

Міждисциплінарні зв'язки: дисципліни: «Інвестування», «Кредитування і контроль», «Страхування», «Економічний ризик та його оцінка», «Фінансовий аналіз у фінансових установах».

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	7 -й	7 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	120	
Лекційні заняття	30 год.	4 год.
Практичні	30 год.	4 год.
Самостійна робота	60 год.	82 год.
Консультації	<i>П'ятниця, 12.55-14.15</i> <i>https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/economy/navchalnij_protjes</i> <i>Формат проведення консультацій (дистанційно):</i> <i>Зустріч в Google Meet: hhaasyunxd</i>	
Вид підсумкового семестрового контролю:	екзамен	

Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=17696>

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
<p>Компетентності</p> <p>ЗК013датність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу</p> <p>ЗК 06 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні</p> <p>ЗК 07 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями</p> <p>ЗК 04 Здатність спілкуватись іноземною мовою.</p> <p>СК02 Розуміння особливостей функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури</p> <p>СК03 Здатність до діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у тому числі бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування)</p> <p>СК04 Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення фінансових задач</p> <p>СК05 Здатність застосовувати знання законодавства у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання фінансового ринку</p>	<p>Лекції, практичні заняття: репродуктивні методи (лекція, пояснення, доповідь, робота з методичними матеріалами); наочні методи (презентації, діаграми, ілюстрації, схеми, використання інтерактивних дошок Google Meet); метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення із використанням методів абстрактного мислення, аналізу, синтезу); аналітичні методи (SWOT-аналіз, PEST аналіз, аналіз ринку); дискусійні методи (дискусії, презентації, робота в групах, «мозковий штурм», дебати); економіко-статистичні методи; метод навчання з використанням Інтернет технологій (електронне навчання) – Canva та ін.) .</p> <p>Самостійна робота: репродуктивний метод, дослідницький метод, метод навчання з використанням Інтернет-технологій (електронне навчання), аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення Пошук та вивчення інформації, тестування. Робота із вітчизняними та міжнародними базами даних зі збору інформації, її аналізу та інтерпретації.</p>	<p>Поточний контроль: теоретичні завдання: тестування в системі Moodle з питань змістового модулю, виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle), усне опитування; практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач; презентація власних досліджень; колективне вирішення проблемних завдань.</p> <p>Самостійна робота: систематичний огляд літератури, вивчення матеріалів.</p> <p>Підсумковий контроль: теоретичне завдання: підсумкове тестування в системі Moodle, усне опитування; практичне завдання: розв'язання вправ і практичних задач.</p>

Результати навчання		
<p>ПР03 Визначати особливості функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.</p> <p>ПР05 Володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у т.ч. бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування).</p> <p>ПР 13. Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження фінансових процесів.</p> <p>ПР14 Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів..</p> <p>ПР 15. Спілкуватись в усній та письмовій формі іноземною мовою у професійній діяльності</p> <p>ПР16 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p>		

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти фінансового маркетингу

Тема 1. Маркетинг фінансових послуг.

Маркетинг фінансових послуг, сутність, функції та роль. Основні завдання маркетингу фінансових послуг. її підприємництва. Причини розвитку маркетингу. Принципи, цілі, методи маркетингу. Загальні та спеціальні функції маркетингу. Маркетинг-мікс. Види маркетингу. Внутрішні і зовнішні фактори маркетингу. Поняття і сутність фінансового маркетингу. Процес фінансового маркетингу. Фінансовий ринок і маркетингове середовище. Фінансова система. Види попиту на фінансові послуги.

Тема 2. Комплекс фінансового маркетингу і його елементи.

Комплекс фінансового маркетингу і його елементи. Комплекс маркетингу. Основні елементи комплексу фінансового маркетингу

Тема 3. Маркетингове середовище фінансових установ

Змістовий модуль 2. Організація маркетингової діяльності на ринку фінансових послуг

Тема 4. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку

Основні аспекти маркетингових досліджень на фінансовому ринку. Методи маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку. Стратегія і планування фінансового маркетингу. Товарна політика у сфері фінансів. Цінова політика на фінансовому ринку. Система комунікації на фінансовому ринку.

Тема 5. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку

Цифровий маркетинг на фінансовому ринку. Інструменти цифрового маркетингу для фінансових послуг. Основні завдання управління цифровим маркетингом. Головні напрями управління цифровим маркетингом.

Тема 6. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності.

Комплекс маркетингових комунікацій. Основні складові маркетингових комунікацій. Головні цілі маркетингових комунікацій. Інструменти. Класифікація методів і моделей оцінювання ефективності маркетингових комунікацій. Суть комплексу маркетингових комунікацій. Етапи процесу КМК. Особливості засобів впливу КМК. Методи розрахунку бюджету на КМК. Стимулювання збуту: суть; напрямки; переваги і недоліки засобів стимулювання; оцінка результатів. Пропаганда: суть; види; оцінка результатів. Корпоративна ідентичність. Персональний продаж: суть; типи; етапи процесу; особливості; переваги і недоліки; оцінка результатів. Реклама: суть; конструктивні риси; цілі і завдання; план рекламної кампанії; види реклами; оцінка ефективності реклами. Міжнародний кодекс рекламної практики.

Змістовий модуль 3. Особливості маркетингової діяльності на підприємствах фінансових послуг (банківські установи)

Тема 7. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері.

Ключові аспекти банківського маркетингу. Інструменти та методи. Структура банківського маркетингу. Історичні передумови маркетингу у банках, його понятійний апарат. Банківський маркетинг: особливості, сучасні тенденції. Рівень прийняття рішень про організацію і бслуговування ринку. Структура і наукові основи банківського маркетингу. Системний, комплексний, оптимізаційний і прагматичний (прикладний) підходи до організації фінансового маркетингу. Специфіка формування та функціонування капіталу у банківському маркетингу. Реальність капіталу. Види доходів і джерел формування реального капіталу. Залежність розміру споживання і накопичення від рівня доходу.

Тема 8. Ринок банківських послуг

Ринок банківських послуг. Інфраструктура ринку банківських послуг. Фактори впливу на розвиток ринку банківських послуг. Аналіз і сегментація ринку банківських продуктів. Вплив ринкових тенденцій і макроекономічних факторів на вартість банківського капіталу. Місце і взаємозв'язок емісійних систем в економіці. Підходи до аналізу ринку банківських послуг та методи оцінки кон'юнктури банківського ринку. Види та місткість ринку банківських послуг. Сегментація ринку банківських послуг: поняття, види, необхідність. Географічний, психологічний і демографічний підходи до сегментації ринку банківських послуг. Сутність маркетингових досліджень ринку банківських послуг. Джерела маркетингової інформації. Види маркетингових досліджень ринку банківських послуг. Етапи проведення маркетингового дослідження ринку банківських послуг.

Тема 9. Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку. Комунікації та продаж банківських продуктів.

Асортиментна політика банківської установи. Матриця стратегій розроблення нового продукту. Складові якості банківських продуктів. Життєвий цикл банківського продукту. Поняття банківського продукту, банківської послуги та банківської операції. Показники товарної номенклатури та товарного асортименту банку. Конкурентоспроможність банківського продукту. Ринок банківських послуг: поняття та структура. Зміст та етапи формування продуктової політики банку. Життєвий цикл банківського продукту. Етапи розробки та впровадження нового банківського продукту. Сутність поняття “ціна банківського продукту”. Цінова політика банку. Фактори банківського ціноутворення. Етапи формування цін на банківські продукти. Витратний підхід до ціноутворення. Ціннісний підхід до ціноутворення. Ринковий підхід до ціноутворення. Маржинальний аналіз. Модель ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку. Схема умовного ціноутворення на банківські послуги. Престижно-цільове ціноутворення. Модель цінового лідерства. Модель плаваючої базової ставки. Собівартість банківських послуг. Функціонально-вартісний аналіз.

Тема 10. Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу.

Основні типи організаційних структур управління маркетинговою діяльністю комерційного банку. Основи управління маркетинговою діяльністю комерційного банку.

Змістовий модуль 4. Особливості маркетингової діяльності на підприємствах фінансових послуг (небанківські установи)

Тема 11. Маркетинг на фондовому ринку

Ключові аспекти маркетингу на фондовому ринку. Інструменти та методи. Структура маркетингу на фондовому ринку. Важливість інвестиційного маркетингу в сучасній ринковій діяльності, інноваційність інвестиційної послуги, її ефективність в забезпеченні споживчого ефекту від економічних процесів. Основні елементи інвестиційної стратегії. Принципи та порядок розробки інвестиційної стратегії. Оцінка ефективності інвестиційної стратегії. Товарно-інвестиційна політика підприємства. Цінова політика інвестування. Система розподілу і просування інвестиційних проектів на ринок.

Тема 12. Страховий маркетинг

Елементи страхового маркетингу. Комплекс страхового маркетингу. Страховий продукт, як основний елемент страхового маркетингу. Сутність страхового маркетингу. Товарна політика у страхуванні. Маркетингові стратегії на різних стадіях життєвого циклу страхового продукту. Цінова політика в страховому маркетингу. Просування страхових продуктів і позиціонування страхової компанії на ринку. Система розподілу страхових продуктів. Система просування страхових продуктів.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Лекція 1	<i>Тема. Маркетинг фінансових послуг.</i>	2	2	<i>Тиждень 1</i>
Практичне заняття 1	<i>Тема 1. Маркетинг фінансових послуг.</i> Перелік питань: 1. Маркетинг фінансових послуг. Функції та класифікація. 2. Основні завдання маркетингу в фінансових установах.	2	2	<i>Тиждень 1</i>

	Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.			
Самостійна робота 1	Тема 1. Маркетинг фінансових послуг. Питання для розгляду 1 Сучасний стан маркетингу в фінансових установах 2. Характеристика учасників фінансового ринку 3. Класифікація фінансових ринків Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	10	
Лекція 2	Тема 2. Комплекс фінансового маркетингу і його елементи.	2	2	Тиждень 2
Практичне заняття 2	Тема 2. Комплекс фінансового маркетингу і його елементи. Перелік питань: 1. Комплекс фінансового маркетингу та його елементи 2. Особливості комплексу фінансового маркетингу Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	2	2	Тиждень 2
Самостійна робота	Тема 2. Комплекс фінансового маркетингу і його елементи. Питання для розгляду 1 Оцінка ефективності комплексу фінансового маркетингу. 2. перспективи розвитку комплексу фінансового маркетингу Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 3	Тема 3. Маркетингове середовище фінансових установ	2		Тиждень 3
Практичне заняття 3	Тема 3. Маркетингове середовище фінансових установ Перелік питань: 1. Маркетингове середовище фінансових установ. 2. Характеристика основних елементів маркетингового середовища. Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	2		Тиждень 3
Самостійна робота	Тема 3. Маркетингове середовище фінансових установ Питання для розгляду 1 Особливості маркетингового середовища фінансових установ	5	8	

	<p>2. Перспективи розвитку та оцінка маркетингового середовища.</p> <p>Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).</p>			
Лекція 4	Тема 4. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку	2		Тиждень 4
Практичне заняття 4	<p>Тема 4. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку</p> <p>Перелік питань: 1. Сутність та завдання маркетингових досліджень на фінансовому ринку. 2. Методи проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку. 3. Інструменти проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку.</p> <p>Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; розв'язання практичних задач (письмово); презентація власних досліджень.</p>	2		Тиждень 4
Самостійна робота	<p>Тема 4. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку</p> <p>Питання для розгляду 1 Основні аспекти проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку. 2. Інструменти проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку.. 3. Особливості проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку.. Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).</p>	5	8	
Лекція 5	Тема 5. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку	2		Тиждень 5
Практичне заняття 5	<p>Тема 5. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку</p> <p>Перелік питань: 1. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку. Сутність, функції та принципи. 2. Основні методи цифрового маркетингу на фінансовому ринку. 3. Інструменти цифрового маркетингу на фінансовому ринку.</p> <p>Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; розв'язання практичних задач (письмово); презентація власних досліджень.</p>	2		Тиждень 5
Самостійна робота	<p>Тема 5. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку</p> <p>Питання для розгляду 1 Основні аспекти цифрового маркетингу на фінансовому ринку. 2. Сучасний стан цифрового маркетингу на фінансовому ринку. 3. Перспективи розвитку цифрового маркетингу на фінансовому ринку.</p> <p>Завдання для виконання (зміст):</p>	5	8	

	пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).			
Лекція 6	Тема 6. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності.	2		Тиждень 6
Практичне заняття 6	Тема 6. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності. Перелік питань: 1. Комплекс маркетингових комунікацій. 2. Сутність маркетингових комунікацій 3. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій. Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; розв'язання практичних задач (письмово); презентація власних досліджень.	2		Тиждень 6
Самостійна робота	Тема 6. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності. Питання для розгляду 1 Сучасний стан маркетингових комунікацій на фінансовому ринку України 2. Перспективи розвитку маркетингових комунікацій на фінансовому ринку України . Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 7	Тема 7. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері.	2		Тиждень 7
Практичне заняття 7	Тема 7. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері. Перелік питань: 1. Специфіка маркетингу в банківській сфері 2. Завдання маркетингу в банківській сфері. 3. Інструменти маркетингу в банківській сфері Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; розв'язання практичних задач (письмово); презентація власних досліджень.	2		Тиждень 7
Самостійна робота	Тема 7. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері. Питання для розгляду 1 Особливості маркетингу в банківській сфері. 2. Методи маркетингу в банківській сфері 3. Інструменти маркетингу в банківській сфері Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 8	Тема 8. Ринок банківських послуг	2		Тиждень 8
Практичне заняття 8	Тема 8. Ринок банківських послуг Перелік питань: 1. Ринок банківських послуг, функції та класифікація. 2. Сучасний стан ринку банківських послуг. 3. Перспективи розвитку банківських послуг.	2		Тиждень 8

	Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.			
Самостійна робота	Тема 8. Ринок банківських послуг Питання для розгляду 1 Стан ринку банківських послуг України. 2. Оцінка ефективності ринку банківських послуг України. Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 9	Тема 9. Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку. Комунікації та продаж банківських продуктів.	2		Тиждень 9
Практичне заняття 9	Тема 9. Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку. Комунікації та продаж банківських продуктів. Перелік питань: 1. Ціноутворення та продуктова політика банку. 2. Методи ціноутворення на банківському ринку . 3. Комунікації на банківському ринку Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	2		Тиждень 9
Самостійна робота	Тема 9. Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку. Комунікації та продаж банківських продуктів. Питання для розгляду 1 Оцінка ефективності комунікацій на банківському ринку 2. Методи ціноутворення на банківському ринку 3. ПРОдуктова політика банку Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 10	Тема 10. Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу.	2		Тиждень 10
Практичне заняття 10	Тема 10. Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу. Перелік питань: 1. Організація банківського маркетингу. 2. Контроль в банківському маркетингу. Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	2		Тиждень 10
Самостійна робота	Тема 10. Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу. Перелік питань: 1. Оцінка ефективності організації банківського маркетингу. 2. Оцінка ефективності контролю в банківському маркетингу.	5	8	

	Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).			
Лекція 11	Тема 11. Маркетинг на фондовому ринку	6		Тиждень 11-13
Практичне заняття 11	Тема 11. Маркетинг на фондовому ринку Перелік питань: 1. Загальна характеристика фондового ринку. 2. Завдання та сутність маркетингу на фондовому ринку. 3. Організація маркетингу на фондовому ринку. Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	6		Тиждень 11-13
Самостійна робота	Тема 11. Маркетинг на фондовому ринку Перелік питань: 1. Загальна характеристика ролі маркетингу на фондовому ринку. 2. Завдання та сутність маркетингу на фондовому ринку. 3. Контроль ефективності організації маркетингу на фондовому ринку. Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	
Лекція 12	Тема 12. Страховий маркетинг	2		Тиждень 14-15
Практичне заняття 12	Тема 12. Страховий маркетинг Перелік питань: 1. Сутності і завдань страхового маркетингу 2. Основні складові страхового маркетингу. 3. Основні об'єкти страхового маркетингу. Перелік завдань: опитування (усне); тестування в системі Moodle; презентація власних досліджень.	2		Тиждень 14-15
Самостійна робота	Тема 12. Страховий маркетинг Питання для розгляду 1 Сучасний стан та перспективи страхового маркетингу 2. Реклама в страхуванні. 3. Оцінка ефективності страхового маркетингу Завдання для виконання (зміст): пошук та вивчення інформації, виконати одноваріантні запитання (в системі Moodle).	5	8	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття №1	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 1)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 1. Тестування за темою 1 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 1 передбачено виконання студентами теоретичних завдань, тобто тестування (в системі Moodle), опитування (усне). У разі їх виконання на практичному занятті студенти можуть отримати 3 бали, а саме: 1. Контрольне тестування (в системі Moodle) складається з 10 тестових завдань. Тестове завдання містить 3 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 0,1 бали, таким чином, відповівши правильно на всі запитання студент може отримати 1 бал.	1
Практичне заняття №1	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес- опитування) за темою 1: 1. Маркетинг фінансових послуг. Функції та класифікація. 2. Основні завдання маркетингу в фінансових установах. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 1. Одноваріантні запитання за темою 1 наведені в СЕЗН ЗНУ.	2. У разі індивідуального усного опитування (захисту доповідей) бали нараховуються за такою схемою: - 1 бал – відповідь або завдання відзначається повнотою виконання без допомоги викладача. Студент володіє узагальненими знаннями з предмета, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє застосовувати вивчений матеріал для внесення власних аргументованих суджень у практичній діяльності. Студент має системні, дієві здібності у навчальній діяльності, користується широким арсеналом засобів доказу своїх думок, вирішує складні проблемні завдання; схильний до	2

			<p>системно-наукового аналізу та прогнозування явищ; уміє ставити та розв'язувати проблеми. - 0,5 бала – відповідь і завдання відзначаються неповнотою виконання за консультацією викладача. Студент володіє матеріалом на початковому рівні. З допомогою викладача здатен відтворювати логіку наукових положень; має фрагментарні навички в роботі з підручником, науковими джерелами; має стійкі навички роботи з конспектом, може самостійно оволодіти більшою частиною навчального матеріалу. Може аналізувати навчальний матеріал, порівнювати і робити висновки; відповідь його правильна, але недостатньо осмислена. - 0 балів – студент не відповів на питання 3. У разі виконання одноваріантних запитань студент може отримати: 1 бал – відповідь правильна на всі запитання; 0,5 бала – якщо відповідь має лише половину (50 %) варіантів правильних відповідей з числа зазначених, або відповідь на одноваріантне запитання була правильною, але поверховою; 0 балів – на всі запитання відповідь неправильна. Критерії оцінювання розміщено на сторінці курсу у Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10809</p>	
Практичне заняття №1	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних	Умови практичних задач для розв'язання, тем презентації власних досліджень (аналітичні завдання) до Тем	За Темою 1 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і	3

	<p>задач (письмово), презентація власних досліджень (аналітичні завдання) (усно).</p>	<p>1-10 розміщено в СЕЗН ЗНУ https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10809 вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання функціонування фінансового ринку.</p> <p>Необхідно розв'язати такі вправи і практичні задачі:</p> <p>Написати есе за запропонованою тематикою.</p> <p>Вимоги: під час виконання вправ і розв'язання практичних задач студент має демонструвати знання з предмета, використовувати формули та наводити послідовність розрахунку, а також розв'язувати поставлену проблему, формулювати висновки з проведеного дослідження, наводити приклади, обирати більш оптимальний варіант серед можливих; необхідно здійснювати розрахунки в Microsoft Excel, а також аргументовано використовувати здобуті знання.</p> <p>Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 1.</p> <p>Теми для презентації власних досліджень:</p> <p>Вимоги: під час презентації власних досліджень необхідно аналізувати статистичні дані відповідно до обраної теми дослідження, вміти застосовувати вивчений матеріал, ставити проблему та розв'язувати її, якісно робити презентацію та гарну доповідь.</p>	<p>практичних задач, презентація власних досліджень (аналітичні завдання). У разі розв'язання вправ і практичних задач, презентації власних досліджень на практичному занятті студенти можуть отримати 3 бали. Студенти самостійно обирають, який вид практичних завдань виконувати.</p> <p>За розв'язання вправ і практичних задач бали нараховуються за такою схемою:</p> <p>– 3 бали – студент повністю та правильно розв'язав задачу, виконав практичну роботу, є пояснення до розрахунків; студент самостійно може пояснити формулювання висновків за результатами проведеного дослідження;</p> <p>– 2 бали – студент розв'язав задачу з помилками, є помилки в практичній роботі, студент не може пояснити хід окремих проведених розрахунків;</p> <p>– 1 бал – студент розв'язав задачу не правильно, виконав практичну роботу не правильно, самостійно не може сформулювати висновки за результатами проведеного дослідження, але навіть формули та хід розв'язку;</p> <p>– 0 балів – студент не розв'язав задачу, не виконав практичну роботу.</p> <p>За презентацію власних досліджень (аналітичні завдання) бали</p>	
--	---	---	---	--

			<p>нараховуються за такою схемою:</p> <p>– 3 бали – студент розкрив тему дослідження, сформулював висновки, навів приклади;</p> <p>– 2 бали – не повністю розкрита обрана тема дослідження, відсутні приклади з практики та пропозиції до розв’язання проблеми, але студент може сформулювати пропозиції та висновки з проведеного дослідження;</p> <p>– 1 бал – більшість питань не розкрито, відповіді фрагментарні.</p> <p>– 0 балів – студент не розкрив тему дослідження, не може зробити висновки.</p> <p>Критерії оцінювання розміщено на сторінці курсу у Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4058</p>	
Практичне заняття №2	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 2)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 2. Тестування за темою 2 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 2 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №2	Теоретичне завдання: <ul style="list-style-type: none"> – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle). 	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 2: <p>11. Комплекс фінансового маркетингу та його елементи</p> <p>2. Особливості комплексу фінансового маркетингу</p> <p>Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 2. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ</p>	За Темою 2 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2

Практичне заняття №2	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання регулюванні фінансових ринків. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 2.	За Темою 2 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №3	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 3)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 3. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 3 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №3	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 3: 1. Маркетингове середовище фінансових установ. 2. Характеристика основних елементів маркетингового середовища. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 3 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №3	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання організації діяльності фінансових посередників. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 2.	За Темою 3 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №4	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 4. Тестування за темою 4 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 4 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1

	самостійної роботи за Темою 4)			
Практичне заняття №4	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 4: 1. Сутність та завдання маркетингових досліджень на фінансовому ринку. 2. Методи проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку. 3. Інструменти проведення маркетингових досліджень на фінансовому ринку. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 4 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 4 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №4	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання ціноутворення на фінансовому ринку. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 4.	За Темою 4 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №5	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 5)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 5. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 5 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №5	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 5: 1. Цифровий маркетинг на фінансовому ринку. Сутність, функції та принципи. 2. Основні методи цифрового маркетингу на фінансовому ринку. 3. Інструменти цифрового маркетингу на фінансовому ринку. Питання для підготовки: питання за теоретичним	За Темою 5 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2

		матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 5 наведені в СЕЗН ЗНУ		
Практичне заняття №5	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання функціонування грошового ринку. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 5.	За Темою 3 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №6	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 6)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 6 Тестування за темою 6 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 6 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №6	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 6: 1. Комплекс маркетингових комунікацій. 2. Сутність маркетингових комунікацій 3. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 6 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 6 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №6	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання організації валютного ринку. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 2.	За Темою 6 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №7	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 7.	За Темою 7 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії	1

	дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 7)	Тестування за темою 7 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	
Практичне заняття №7	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 7: 1. Специфіка маркетингу в банківській сфері 2. Завдання маркетингу в банківській сфері. 3. Інструменти маркетингу в банківській сфері Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 7 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №7	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання організації фондового ринку. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 7.	За Темою 7 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №8	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 8)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 8. Тестування за темою 8 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 8 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №8	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 8: 1. Ринок банківських послуг, функції та класифікація. 2. Сучасний стан ринку банківських послуг. 3. Перспективи розвитку банківських послуг. . Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі	За Темою 8 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2

		3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ		
Практичне заняття №8	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання організації ринку похідних цінних паперів. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 8.	За Темою 8 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №9	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 9)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 9. Тестування за темою 9 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 9 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №9	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 9: 1. Ціноутворення та продуктова політика банку. 2. Методи ціноутворення на банківському ринку . 3. Комунікації на банківському ринку Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 9 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №9	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання організації біржової діяльності. Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 9.	За Темою 9 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №10	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 10. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 10 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в	1

	(завдання самостійної роботи за Темою 3)		розділі 5, Тема 1 силабусу.	
Практичне заняття №10	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 10: 1. Організація банківського маркетингу. 2. Контроль в банківському маркетингу. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 10 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №10	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання функціонування світового фінансового ринку Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 10.	За Темою 10 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Практичне заняття №11	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 3)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 10. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 11 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №11	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 10: 1. Загальна характеристика фондового ринку. 2. Завдання та сутність маркетингу на фондовому ринку. 3. Організація маркетингу на фондовому ринку. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 11 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №11	Практичні завдання:	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання	За Темою 11 передбачено виконання студентами	3

	розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	функціонування світового фінансового ринку Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 10.	практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	
Практичне заняття №11	Теоретичне завдання: тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle (завдання самостійної роботи за Темою 3)	Перевірка засвоєння теоретичного матеріалу, пройденого у темі 10. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	За Темою 12 передбачено виконання студентами тестування (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	1
Практичне заняття №11	Теоретичне завдання: – опитування (усне); – одноваріантні запитання (в системі Moodle).	Відповідь на теоретичні питання (усне експрес-опитування) за темою 10: 1. Сутності і завдань страхового маркетингу 2. Основні складові страхового маркетингу. 3. Основні об'єкти страхового маркетингу. Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Одноваріантні запитання за темою 2 наведені в СЕЗН ЗНУ	За Темою 12 передбачено опитування (усне), виконання одноваріантних запитань (в системі Moodle) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	2
Практичне заняття №11	Практичні завдання: розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання).	Вправи і практичні задачі із перевірки розуміння питання функціонування світового фінансового ринку Підготовка власних досліджень за темами, їх презентація у вигляді доповіді та участь у обговоренні за сформованим набором аналітичних тем за темою 10.	За Темою 12 передбачено виконання студентами практичних завдань, тобто розв'язання вправ і практичних задач (письмово), презентація власних досліджень (усно) (аналітичні завдання) та критерії оцінювання зазначені в розділі 5, Тема 1 силабусу.	3
Усього за поточний контроль	10			60
Підсумковий контроль				
Екзамен	Теоретичне завдання: тестові завдання (в системі Moodle)	1. Питання для підготовки: теоретичні питання з навчального матеріалу тем 1-10 курсу.	Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання екзаменаційної роботи складає 40 балів.	10

		<p>Екзаменаційна контрольна робота проходить у тестовій формі в СЕЗН ЗНУ</p>	<p>Екзаменаційна робота містить 10 тестових завдань (в системі Moodle), які оцінюються в 10 балів, два теоретичних питання (усно), кожне з яких оцінюється в 10 балів та 1 практичну задачу (письмово), яка оцінюється в 10 балів..</p> <p>За дві години до екзамену студенти проходять тестові завдання в системі Moodle.</p> <p>Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.</p>	
<p>Теоретичне завдання: відповідь на два теоретичних питання (усно) відповідно до екзаменаційного білету</p>	<p>2. Відповідь на два теоретичних питання (усно) відповідно до екзаменаційного білету</p> <p>Питання для підготовки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг, маркетингова діяльність. Збутовий і маркетинговий підходи до організації підприємства. Причини розвитку маркетингу. 2. Принципи, цілі, методи маркетингу. Загальні та спеціальні функції маркетингу. Маркетинг-мікс. 3. Види маркетингу. Внутрішні і зовнішні фактори маркетингу. 4. Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Структура ринку. 5. Поняття комплексного дослідження ринку. Напрямки комплексного дослідження ринку. Економічна кон'юнктура. 6. Сегментування ринку. Переваги ринкового сегментування. Принципи та ознаки сегментації ринку. Привабливий сегмент. Стратегії охоплення ринку. 	<p>Семестровий екзамен проводиться в усній формі (теоретичні питання) за екзаменаційними білетами та у письмовій формі, тобто розв'язання 1 практичної задачі.</p> <p>Студент має витягнути екзаменаційний білет, в якому зазначені два теоретичні питання та 1 практична задача.</p> <p>Для підготовки двох теоретичних питань кожному студенту надається 15 хвилин та потім робиться усна відповідь.</p> <p>Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою:</p> <p>– 10 балів – студент має глибокі, узагальнені, системні знання з предмета, уміння застосувати знання, творчу, навчальну діяльність та має дослідницький характер, самостійно оцінює різноманітні життєві</p>	<p>20</p>	

		<p>7. Позиціонування товару на ринку.</p> <p>8. Суть комплексу маркетингових комунікацій. Етапи процесу КМК.</p> <p>9. Особливості засобів впливу КМК. Методи розрахунку бюджету на КМК.</p> <p>10. Стимулювання збуту: суть; напрямки; переваги і недоліки засобів стимулювання; оцінка результатів.</p> <p>11. Реклама: суть; конструктивні риси; цілі і завдання; план рекламної кампанії; види реклами; оцінка ефективності реклами.</p> <p>12. Поняття і сутність фінансового маркетингу. Процес фінансового маркетингу.</p> <p>13. Фінансовий ринок і маркетингове середовище. Фінансова система.</p> <p>14. Види попиту на фінансові послуги. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку.</p> <p>15. Стратегія і планування фінансового маркетингу.</p> <p>16. Товарна політика у сфері фінансів.</p> <p>17. Цінова політика на фінансовому ринку. Система комунікації на фінансовому ринку.</p> <p>18. Банківський маркетинг: особливості, сучасні тенденції. Рівень прийняття рішень про організацію і обслуговування ринку.</p> <p>19. Структура і наукові основи банківського маркетингу. Системний, комплексний, оптимізаційний і прагматичний (прикладний) підходи до організації фінансового маркетингу.</p> <p>20. Аналіз і сегментація ринку банківських продуктів.</p> <p>21. Сегментація ринку банківських послуг: поняття, види, необхідність.</p> <p>22. Географічний, психологічний і демографічний підходи до</p>	<p>ситуації, явища, факти, виявляє і відстоює особистісну позицію.</p> <p>– 9-8 балів – студент дав не повну відповідь без суттєвих помилок або з незначними помилками.</p> <p>– 7-6-5 балів – студент отримує у випадку, якщо він відповідає не менше ніж на 30 % питання, зокрема знає тільки визначення понять та в загальних рисах може відповісти на поставлене запитання.</p> <p>– 4-3 бали – знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності.</p> <p>– 2-1 бали – відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення.</p> <p>– 0 балів – студент не відповів на питання або дав не правильну відповідь</p>	
--	--	--	---	--

		<p>сегментації ринку банківських послуг.</p> <p>23. Сутність маркетингових досліджень ринку банківських послуг.</p> <p>24. Види маркетингових досліджень ринку банківських послуг. Етапи проведення маркетингового дослідження</p> <p>25. ринку банківських послуг.</p> <p>26. ТЕМА 8. Конкурентне середовище та маркетингова стратегія банку</p> <p>27. Поняття маркетингової стратегії банку.</p> <p>28. Поняття банківського продукту, банківської послуги та банківської операції.</p> <p>29. Цінова політика банку. Фактори банківського ціноутворення. Етапи формування цін на банківські продукти.</p> <p>30. Сутність комунікаційного процесу в банку та характеристика його складових. Принципи організації ефективних комунікацій у банках.</p> <p>32. Дистанційне банківське обслуговування та види його здійснення.</p> <p>33. Завдання організації маркетингової служби в банку. Принципи побудови та функції маркетингових служб банку.</p> <p>34. Функціональна організаційна структура маркетингової служби банку. Дивізіональна організаційна структура маркетингової служби банку. Проектна організаційна структура маркетингової служби банку. Матрична організаційна структура маркетингової служби банку.</p> <p>35. Сутність контролю в банківському маркетингу, мета та зміст маркетингового контролю. Роль контролю в управлінні банківським маркетингом.</p> <p>36. Сутність страхового маркетингу.</p> <p>37. Маркетингові стратегії на різних стадіях</p>		
--	--	--	--	--

		<p>життєвого циклу страхового продукту.</p> <p>38. Цінова політика в страховому маркетингу. Просування страхових продуктів і позиціонування страхової компанії на ринку.</p> <p>39. Система розподілу страхових продуктів. Система просування страхових продуктів.</p> <p>40. Інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств та ринку інвестицій</p> <p>41. Важливість інвестиційного маркетингу в сучасній ринковій діяльності, інноваційність інвестиційної послуги, її ефективність в забезпеченні споживчого ефекту від економічних процесів.</p> <p>42. Основні елементи інвестиційного стратегії. Принципи та порядок розробки інвестиційної стратегії. Оцінка ефективності інвестиційної стратегії.</p> <p>43. Товарно-інвестиційна політика підприємства. Цінова політика інвестування. Система розподілу і просування інвестиційних проектів на ринок.</p> <p>44.</p>		
	<p>Практичне завдання: виконання 1 практичної задачі (письмово) відповідно до екзаменаційного білету</p>	<p>Розв'язання типових задач розглянуто на практичних заняттях за навчальним матеріалом тем 1-10 курсу (розділ поточний контроль).</p> <p>Вимоги до виконання та оформлення: під час розв'язання задач студент має демонструвати знання з предмета, використовувати формули та наводити послідовність розрахунку, а також розв'язувати поставлену проблему, формулювати висновки з проведеного дослідження, наводити приклади, обирати більш оптимальний варіант серед можливих.</p>	<p>Розв'язання типових задач розглянуто на практичних заняттях за навчальним матеріалом тем 1-10 курсу (розділ поточний контроль).</p> <p>Вимоги до виконання та оформлення: під час розв'язання задач студент має демонструвати знання з предмета, використовувати формули та наводити послідовність розрахунку, а також розв'язувати поставлену проблему, формулювати висновки з проведеного дослідження, наводити приклади, обирати більш оптимальний варіант серед можливих.</p> <p>кожному студенту</p>	<p>10</p>

			<p>надається 15 хвилин та потім перевіряється виконання.</p> <p>Результат виконання студентом 1 практичної задачі оцінюється за такою шкалою:</p> <p>– 10 балів – студент правильно виконав практичну задачу;</p> <p>– 9-8-7 балів – студент виконав практичну задачу з незначними помилками;</p> <p>– 6-5-4 балів – студент виконав практичну задачу з помилками, але зрозуміло, що він знає алгоритм виконання;</p> <p>– 3-2-1 балів – студент правильно визначив алгоритм виконання практичної задачі та зробив спробу його виконати;</p> <p>– 0 балів – студент не виконав практичну задачу.</p>	
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FХ	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

1. Слав'юк Н. Р. Глущенко С. В. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. Київ : НаУКМА, 2022. 206 с.
2. Фінансовий маркетинг: методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 072 "Фінанси, банківська справа та страхування" першого (бакалаврського) рівня / уклад. С. А. Ачкасова. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 33 с
3. Брітченко І.Г., Белявцев М.І., Тягунова Н.М. Маркетинг у банках: Навчальний посібник / Під ред. проф. Брітченко І.Г. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 345 с.
4. Безус Р.М., Курбацька Л.М., Кадирус І.Г., Донських А.С., Воловик Д.В. Маркетинг у банках: навч.посібник Дніпро:Журфонд, 2019. 320 с.
5. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digitalмаркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
6. Рамський А.Ю., Жукова Ю.М., Обушний С.М. Ринок цінних паперів у питаннях та відповідях : навч. посіб. К. : Київ. унт ім. Б. Грінченка, 2021. 228 с.
7. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навчальний посібник Львів : Видво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
8. Борисюк О.В. Страхувий менеджмент: конспект лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 102 с.
9. Квасній Л.Г., Солтисік О.О. Страхувий менеджмент : навчальнометодичний посібник. Дрогобич : Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2024. 78 с.
10. Борисюк О.В. Страхувий менеджмент: конспект лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 102 с.
URL:https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3bac_finan/borysiuk_SM.pdf
11. Опальчук Р. М. Страхувий менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦП "Компринт", 2023. 251 с. URL:https://dglib.nubip.edu.ua/items/2521e4f39043_441db84a7a8754511d31
12. Стешенко О. Д. Страхувий менеджмент: конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 50 с.
URL:<http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/7425>
13. Інвестиційний маркетинг : методичні вказівки до виконання практичних занять / уклад.: Дименко Р. А. та ін. Київ : КНУБА, 2024. 12 с.
14. Інвестиційний менеджмент : навчальний посібник для студентів спеціальностей 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / О.В. Козирева, В.А. Євтушенко, М.М. Кудінова, Н.В. Глебова. Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2023. 268 с.
15. Слободянюк О., Кібік О., Котлубай В., Корнілова О., Примаченко І. Інвестиційний менеджмент : навч.метод. посіб.; Нац. унт «Одес. юрид. академія». Одеса : Фенікс, 2024. 129 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : <http://www.minfin.gov.ua>
4. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL : <https://tax.gov.ua>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua>
6. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua>

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти, які пропустили лекцію повинні самостійно опрацювати лекційний матеріал згідно рекомендованої літератури та матеріалів представлених у СЕЗН ЗНУ Moodle. Студенти, які пропустили практичне заняття або за певних обставин не відвідують практичні заняття, повинні надсилати підготовлені теоретичні і практичні завдання (відповідно до контрольних заходів відповідної теми або практичного заняття) у СЕЗН ЗНУ Moodle для накопичення бажаної кількості балів та за потреби відвідувати консультації.

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це плагіат. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем. До студентів, у роботах яких (наприклад, есе, тези, статті, письмові завдання, ситуаційні завдання) буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. Кодекс академічної доброчесності ЗНУ URL: <http://surl.li/qkvjiz>).

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, отримання довідкової інформації, під час он-лайн тестування тощо). Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття. Під час виконання заходів контролю (контрольних робіт, заліків, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН Moodle; через електронну пошту викладача, месенджери Telegram та Viber. Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. Ел. пошта має бути підписана справжнім ім'ям і прізвищем. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті дозволяється здобувачам ступеня вищої освіти магістр – для дисциплін, які починають викладатися з першого семестру – протягом першого місяця навчання, для інших дисциплін навчального плану – визнання результатів проводиться у семестрі, який передує семестру, у якому згідно з навчальним планом конкретної освітньої програми передбачено вивчення певної дисципліни. Процедура врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти визначена у Положенні Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти від 29.06.2022 р. №154 (URL: <http://surl.li/xogolg>).

Неформальне та/або інформальне навчання здобувачі вищої освіти можуть проходити в Школі фінансової грамотності «Талан» Національного банку України та на освітніх платформах: онлайн-платформа Prometheus; онлайн-платформа ВУМ online; платформа Courséra та ін. За наявності сертифікату (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації, конференції та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисципліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих кредитів) здобувачу може бути визнано результати навчання, набуті під час неформальної та/або інформальної освіти та зараховано їх або як частину результатів навчання, або як оцінку семестрового контролю.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою: <http://surl.li/afeagu>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання індивідуального навчального плану, регламентуються Змінами до Положення про організацію освітнього процесу в ЗНУ: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/zm_ni_do_polozhennya_pro_organ_zats_yu_osv_tn_ogo_protsestu_v_znu_z_01_07_2024_.pdf.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bqb9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: Банах Віктор Аркадійович. Електронна адреса:
v_banakh@znu.edu.ua Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>