

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри митної справи і  
фінансових послуг

Протокол № 1 від 01.09.2023 р.



**ПРИГОДЖЕНО**

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

**ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ**

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"  
Спеціальність 072 "Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок"  
Освітній рівень перший (бакалаврський)  
Освітня програма "Митна справа"

Статус дисципліни

вибіркова

Мова викладання, навчання та оцінювання

українська

Розробник:  
к.е.н., доцент

Світлана АЧКАСОВА

Завідувач кафедри  
митної справи і фінансових  
послуг

Вікторія ТИЩЕНКО

Гарант програми

Олексій НАЙДЕНКО

Харків  
2024

## ВСТУП

Навчальна дисципліна «Фінансовий маркетинг» буде корисна майбутнім фахівцям, діяльність яких може бути пов'язана з системою взаємодії фінансових установ зі споживачами фінансових послуг, а також тим, хто збирається займатися підприємницькою діяльністю та підвищувати рівень взаємодії зі споживачами, майбутнім менеджерам, економістам, фінансистам, фінансовим аналітикам, тим, хто планує займатися бізнесом. Якщо існує ринок, то і існує конкуренція. Тому, фінансові відносини, що відбуваються в конкурентному середовищі, створюють мотивуючі переваги для всіх учасників цього процесу. Загострення конкуренції, виникнення ефекту дефіциту споживачів та зростання їхніх споживчих очікувань, а також необхідність пошуку джерел підвищення ринкової вартості та капіталізації компаній обумовлюють необхідність розвитку концепцій фінансового маркетингу.

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо теорії і практики фінансового маркетингу, застосування маркетингових інструментів для виявлення вимог фінансового ринку, просування фінансових послуг, управління фінансовими відносинами між фінансовими установами та їхніми клієнтами.

Завданнями навчальної дисципліни є:

формування у здобувачів компетентностей з виявлення маркетингових можливостей фінансових установ та дослідження фінансового ринку;

оволодіння практичними навичками роботи у відділі маркетингу фінансової установи;

оволодіння практичними навичками з маркетингового планування та проведення маркетингових досліджень у фінансових установах.

Об'єктом вивчення дисципліни є фінансовий маркетинг.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні аспекти, методичне забезпечення, методи та інструменти фінансового маркетингу.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

<b>Результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти</b>
ПР03	СК02
ПР04	СК05
ПР07	СК03
ПР14	ЗК02

де, ЗК02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК02. Розуміння особливостей функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.

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).

СК05. Здатність застосовувати знання законодавства у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання фінансового ринку.

ПР03. Визначати особливості функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.

ПР04. Знати механізм функціонування державних фінансів, у т.ч. бюджетної та податкової систем, фінансів суб'єктів господарювання, фінансів домогосподарств, фінансових ринків, банківської системи та страхування.

ПР07. Розуміти принципи, методи та інструменти державного та ринкового регулювання діяльності в сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондовий ринок.

ПР14. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

## **ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Зміст навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти та особливості фінансового маркетингу**

##### **Тема 1. Поняття та сутність фінансового маркетингу**

- 1.1. Основні поняття у маркетингу
- 1.2. Еволюція концепцій маркетингу
- 1.3. Основні поняття у фінансовому маркетингу

##### **Тема 2. Маркетингове середовище фінансового ринку**

- 2.1. Поняття маркетингового середовища. Фінансовий ринок
- 2.2. Особливості надання фінансових послуг у комплексі фінансового маркетингу
- 2.3. Поведінка споживачів на фінансовому ринку

##### **Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку**

- 3.1. Маркетинговий комплекс на фінансовому ринку
- 3.2. Комплекс маркетингових комунікацій фінансових установ
- 3.3. Бренд фінансової установи, політика ціноутворення та управління лояльністю споживачів

#### **Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні аспекти видів фінансового маркетингу**

#### **Тема 4. Банківський маркетинг**

- 4.1. Поняття та сутність банківського маркетингу
- 4.2. Комплекс банківського маркетингу
- 4.3. Маркетингові дослідження у банках
- 4.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності у банках

#### **Тема 5. Страховий маркетинг**

- 5.1. Поняття та сутність страхового маркетингу
- 5.2. Комплекс страхового маркетингу
- 5.3. Маркетингові дослідження у страхових компаніях
- 5.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності у страхових компаніях

#### **Тема 6. Маркетинг на фондовому ринку**

- 6.1. Поняття та сутність маркетингу на фондовому ринку
- 6.2. Комплекс маркетингу на фондовому ринку
- 6.3. Маркетингові дослідження на фондовому ринку
- 6.4. Стратегія та планування маркетингової діяльності на фондовому ринку

#### **Тема 7. Інвестиційний маркетинг**

- 7.1. Поняття та сутність інвестиційного маркетингу
- 7.2. Основи відносин з інвесторами
- 7.3. Комплекс інвестиційного маркетингу та маркетингових досліджень

Перелік практичних (семінарських) занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

#### **Перелік практичних (семінарських) та лабораторних занять / завдань**

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Поняття та сутність фінансового маркетингу	Практичне завдання: Аналізувати і порівнювати умови надання фінансових послуг відповідно до вимог законодавства. Аналіз реклами фінансових послуг. Лабораторна робота: Розробка анкети опитувальника у Google Forms щодо процесу просування конкретного товару / послуги
Тема 2. Маркетингове середовище фінансового ринку	Практичне завдання: Визначити приналежність кожної з послуг банку до однієї з маркетингових груп та побудова матриці БКГ. Лабораторна робота: Провести аналіз ресурсного потенціалу, визначення ринкової частки товару/послуги; визначення конкурентних переваг товару/послуги

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 3. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку	Практичне завдання: Визначити обсяг продажів на сегменті. Лабораторна робота: Провести аналіз ресурсного потенціалу, визначення ринкової частки фінансової установи (обрати приклад самостійно) в програмі Excel Microsoft Office; визначення конкурентних її переваг
Тема 4. Банківський маркетинг	Практичне завдання: Обчислити рівень витрат на маркетинг методом відповідності цілям банку. Лабораторна робота: Провести оцінку інвестиційного проєкту банку та виявити і оцінити фактори, що найбільшим чином впливають на його ефективність.
Тема 5. Страховий маркетинг	Практичне завдання: Визначити коефіцієнт перехресної еластичності попиту. Лабораторна робота: Визначити основні фактори (складові), що визначають конкурентоспроможність страхової компанії
Тема 6. Маркетинг на фондовому ринку	Практичне завдання: Провести аналіз портфеля і зробити висновки і рекомендації щодо вибору стратегії розвитку. Лабораторна робота: Розробити приклад інфографіки для просування товару / послуги/ цінного паперу на ринку
Тема 7. Інвестиційний маркетинг	Зробити прогноз продажів по формулі середньої і зваженої середньої. Розподілити рекламний бюджет за напрямками фінансування.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл.

3.

Таблиця 3

### Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 7	Вивчення лекційного матеріалу, законодавчих та нормативно-правових актів
Тема 1 – 7	Підготовка до практичних занять
Тема 1 - 6	Виконання лабораторних завдань
Тема 1 - 6	Написання есе
Тема 1 – 6	Підготовка до контрольної роботи

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

## МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні: лекція (Тема 1 – 6), проблемна лекція (Тема 7).

Наочні (демонстрація (Тема 1– 7)).

Практичні (практична та лабораторна робота (Тема 1 – 7), есе (Тема 1 – 6)).

## ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

**Підсумковий контроль** включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

**Семестровий контроль** проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

**Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною** визначається сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: лабораторні роботи (30 балів), письмова контрольна робота (10 балів), есе (20 балів).

Семестровий контроль: Екзамен.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

## Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
Спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Освітньо-професійна програма «Митна справа».  
Навчальна дисципліна "Фінансовий маркетинг"

### ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

**Стереотипне завдання.** Попит на цінні папери може бути негативним, відсутнім, прихованим, падаючим, нерегулярним, повноцінним. Охарактеризуйте ці види попиту.

**Діагностичне завдання.** Новостворена страхова компанія «Життя» 16 вересня 2019 р. подала заяву про отримання ліцензії на здійснення послуг зі страхування життя. 28 вересня 2019 р. регулятор відмовив цій страховій компанії у наданні ліцензії, через невідповідність освіти керівників страхової компанії. Проте керівники страхової компанії наголосили на тому, що жодних вимог до освіти керівників Законом України «Про страхування» не передбачено, та відмітило несвоєчасний розгляд поданої ними заяви. Надайте оцінку цієї ситуації.

**Евристичне завдання 1.** Для визначення приналежності кожної з послуг Банку А до однієї з маркетингових груп побудуйте матрицю БКГ у вигляді схеми. Зробіть висновки та визначте альтернативні стратегії для Банку А. Для визначення маркетингової стратегії банківських послуг необхідно використати дані табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані

Вид послуги	Обсяг продажів Банк А, млн. грн.	Обсяг продажів найбільшого конкурента (Банк Б), млн. грн.	Місткість ринку, млн. грн.	Темп зростання ринку, %
Депозити до запитання	231,0	130,0	407,0	52,0
Строкові депозити	145,0	155,0	1 160,0	45,0
Короткострокові кредити	340,0	125,0	571,0	63,0
Довгострокові кредити	545,0	165,0	1 112,0	18,0
Лізинг	171,0	145,0	416,0	7,0

**Евристичне завдання 2.** Визначте коефіцієнт перехресної еластичності попиту, якщо ціна продукту А підвищилася з 60 грн. до 74 грн., а обсяг попиту на продукт В скоротився з 125 одиниць до 100 одиниць. Який практичний ефект для відділу маркетингу має отриманий результат?

Затверджено на засіданні кафедри митної справи і фінансових послуг протокол № \_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Ачкасова С.А.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Тищенко В. Ф.

## Критерії оцінювання

**Підсумкові бали за екзамен** складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (стереотипне) (6 балів)

Максимальна оцінка – 6 балів, із них:

2 – правильний методичний підхід, знання теоретичних основ;

4 – наявність обґрунтованих висновків.

Завдання 2 (діагностичне) (8 балів)

Максимальна оцінка – 8 балів, із них:

3 – правильний методичний підхід, знання теоретичних основ та нормативно-правового забезпечення;

5 – наявність обґрунтованих висновків.

Завдання 3-4 (евристичне) (13 балів)

Максимальна оцінка за кожне завдання – 13 балів, із них:

4 – правильний методичний підхід, знання формул для розрахунку;

3 – правильний арифметичний розрахунок показників;

3 – оформлення розв'язання завдання: хід розрахунків, одиниці виміру, необхідні пояснення.

3 – наявність обґрунтованих висновків.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Кібік О. М. Маркетинг : навч.-метод. посібн. / О. М. Кібік, В. О. Котлубай, Ю. В. Хаймінова, К. С. Нестерова, Н. Ю. Калмикова. – Одеса, 2020. 68 с.

2. Vnukova N. Assessing the Activities of Insurance Companies Due to the Disease of Private Pension / N. Vnukova, D. Davydenko, S. Achkasova, O. Yagolnitsky // Economic studies (Ikonomicheski Izsledvania). – 2022. – № 5. – P. 179 – 194. [Electronic sources]. – Access mode: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/28226>

3. Vnukova N. Decomposition of Google Trends Series for the Search of Patterns and Seasonality of Financial Risk Control Interest / N. Vnukova, S. Achkasova, O. Gorokhovatskyi, H. Pysarevska // Computational Linguistics and Intelligent Systems. Proceedings of the 5th International Conference on COLINS 2021. Volume I: Workshop (Kharkiv, 22–23 April 2021). – Vol. 1, 2021, CEUR-WS.org.– Pp. 613-628.



## Додаткова

4. Ачкасова С. А. Інвестування активів недержавних пенсійних фондів в облігації / С. А. Ачкасова, А. Урум // Управління розвитком. – 2019. – Вип. 5. – С. 1-14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21303>.

5. Лозинська О. І. Уточнення змісту поняття банківського маркетингу в умовах диджиталізації економіки / О. І. Лозинська // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2021. – № 1 '2021. – С. 320–327.

6. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації / Б. Луців // Світ фінансів. 2020. – № 1. – С. 20–32.

7. Фінансовий маркетинг [Електронний ресурс] : 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. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26549/1/2021%20-%20%D0%90%D1%87%D0%BA%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%A1%20%D0%90.pdf>.

8. Vnukova N. Indicators-Markers for Assessment of Probability of Insurance Companies Relatedness in Implementation of Risk-Oriented Approach / N. Vnukova, S. Kavun, O. Kolodiziev, S. Achkasova, D. Hontar // Economic Studies (Ikonomicheski Izsledvania), 29 (1), 2020. – pp. 151 – 173. [Electronic sources]. – Access mode: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/25096>

## Інформаційні ресурси

9. Державний захист прав громадян як споживачів фінансових послуг: роз'яснення, Міністерство юстиції від 12.05.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0033323-11>.

10. Концепція захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.09.2009 р. № 1026-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1026-2009-%D1%80#Text>

11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг: Закон України № 122-ІХ від 20.09.2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20/print>

12. Про затвердження Положення про рекламу цінних паперів та фондового ринку: Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку № 63 від 22.01.2013 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0247-13>.

13. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України № 236/96-ВР від 07.06.1996 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
14. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01.2001 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
15. Про захист прав споживачів : Закон України № 1023-XII від 12.05.1991 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
16. Про рекламу : Закон України № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
17. Про фінансові послуги та фінансові компанії : Закон України № 1953-IX від 14.12.2021 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1953-20#Text>
18. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна “Фінансовий маркетинг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5342>.
19. Стратегія розвитку FinTech 2025 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/news/all/finansova-inklyuziya-innovatsiyi-ta-bezgotivkovyi-operatsiyi-v-ukrayini--prioriteti-strategiyi-rozvitku-fintech-2025>.
20. Нова Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року Офіційний веб-сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nova-strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-protistoyannya-viklikam-viyini-u-finansovomu-sektori-ta-pidtrimannya-vidnovlennya-ekonomiki-ukrayini>.