

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

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)


М. В. Афанасьєв

№ 02071211
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ

робоча програма навчальної дисципліни

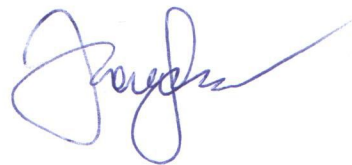
Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

07 «Управління та адміністрування»
072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Перший (бакалаврський)
Фінанси і кредит, Банківська справа

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

Базова / вибіркова
Українська

Завідувач кафедри банківської справи
і фінансових послуг



О. М. Колодізєв

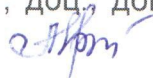
Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри банківської справи і фінансових послуг.
Протокол № 2 від 12.09.2019 р.

Розробник:

Ачкасова С. А., к.е.н., доц., доцент кафедри банківської справи і фінансових послуг.



**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни:

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 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.

Навчальна дисципліна «Фінансовий маркетинг» є базовою навчальною дисципліною для 4 курсу та є вибірковою навчальною дисципліною для студентів 3 курсу навчання, вивчається згідно з навчальним планом підготовки студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» і спрямована на формування у майбутніх фахівців теоретичних знань, необхідних для подальшого оволодіння ними дисциплін фахового спрямування.

Мета навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Фінансовий маркетинг» є формування у студентів 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.

Для досягнення мети поставлені такі завдання:

формування у студентів 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.

Курс	3	4		
Семестр	5	7/8		
Кількість кредитів ECTS	4	4		
Аудиторні навчальні заняття	Лекції	24	Лекції	30
	Семінарські, практичні	12	Семінарські, практичні	30
	Лабораторні	12	Лабораторні	-
Самостійна робота		72		60
Форма підсумкового контролю	Іспит		Залік	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни для студентів 3 курсу:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Мікро- та макроекономіка	Фінансовий інжиніринг
Фінанси	Ринок фінансових послуг

	Фінансовий менеджмент у банку
--	-------------------------------

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни для студентів 4 курсу:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Мікро- та макроекономіка	Ринок фінансових послуг
Фінанси	Кредитний менеджмент
Фінансовий ринок	Фінансовий менеджмент у банку

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Здатність критично аналізувати, оцінювати і синтезувати підходи у сфері фінансового маркетингу, визначати його понятійний апарат	Практично використовувати сучасні концепції управління маркетинговою діяльністю суб'єктів фінансового ринку, демонструвати розуміння сутності понятійного апарату та системи фінансового маркетингу. Проводити маркетингові дослідження, аналізувати зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище фінансових установ та застосувати отримані результати для прийняття управлінських рішень. Розробляти політику ціноутворення на базі дослідження кон'юнктури фінансового ринку.
Здатність визначати організаційні аспекти та особливості банківського, страхового та інвестиційного маркетингу, маркетингу на фондовому ринку, теоретичні та практичні підходи до визначення механізмів забезпечення конкурентних переваг фінансових установ	Використовувати методи та практичний інструментарій банківського, страхового та інвестиційного маркетингу, маркетингу на фондовому ринку. Розробляти збутову політику фінансових установ, формувати канали розподілу та систему просування фінансових послуг та послуг із застосуванням сучасних методів продажу, проводити аналіз поведінки споживачів фінансових послуг. Розробляти та управляти комунікаційними системами, інтегрувати засоби просування фінансових послуг в маркетинговий комплекс, формувати імідж фінансової установи та управляти брендами в комплексі банківського, страхового та інвестиційного маркетингу, маркетингу на фондовому ринку.

1. Програма 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

2. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів 3 курсу навчання враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні та лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, семінарських, практичних та лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських, практичних та лабораторних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; арифметична правильність виконання індивідуального та комплексного розрахункового завдання; здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Кожен екзаменаційний білет складається із 5 завдань: контрольнотестове, ситуаційне, трьох практичних завдань, останні вимагають обов'язкове проведення розрахунків, які передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів 4 курсу навчання враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські і практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту складати залік – 60 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі письмової контрольної роботи і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; арифметична правильність виконання індивідуального та комплексного розрахункового завдання; здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового заліку, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Залік охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Результат семестрового заліку оцінюється в балах (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів) і проставляється у відповідній графі залікової "Відомості обліку успішності".

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного та модульного контролів за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Розподіл балів за тижнями для студентів 3 курсу навчання
(вказати засоби оцінювання згідно з технологічною картою)

Теми змістового модуля			Активна робота лекційному занятті	Активна робота на лабораторному занятті	Активна робота на практичному занятті	Захист індивідуального завдання	Експрес-опитування	Письмова контрольна робота на практичному занятті	Іспит	Усього
Змістовий модуль 1.	Тема 1	1 тиждень	0,5		2	–	–	–	–	2,5
	Тема 1	2 тиждень	0,5	0,5	–	2	–	–	–	3
	Тема 2	3 тиждень	0,5	–	1	–	–	–	–	1,5
	Тема 2	4 тиждень	0,5	0,5	–	2	5	–	–	8
	Тема 3	5 тиждень	0,5	–	1	–	–	10	–	11,5
	Тема 3	6 тиждень	0,5	0,5	–	2	–	–	–	3
Змістовий модуль 2.	Тема 4	7 тиждень	0,5	–	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 4	8 тиждень	0,5	0,5	–	2	–	–	–	3
	Тема 5	9 тиждень	0,5	–	1	–	–	–	–	1,5
	Тема 5	10 тиждень	0,5	0,5	–	2	5	–	–	8
	Тема 6	11 тиждень	0,5	–	2	–	–	10	–	12,5
	Тема 7	12 тиждень	0,5	0,5	–	2	–	–	–	3
Іспит			–	–	–	–	–	–	40	40
Усього			6	3	9	12	10	20	40	100

Розподіл балів за тижнями для студентів 4 курсу навчання
(вказати засоби оцінювання згідно з технологічною картою)

Теми змістового модуля			Активна робота лекційному занятті	Активна робота на практичному	Самостійна робота студента	Презентація на практичному занятті	Письмова контрольна робота на лекційному занятті	Письмова контрольна робота на практичному занятті	Усього
Змістовий модуль 1.	Тема 1	1 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 1	2 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 1	3 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 2	4 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 2	5 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 2	6 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 3	7 тиждень	0,5	–	15	6	–	–	21,5
	Тема 3	8 тиждень	0,5	2	–	–	–	10	12,5

	Тема 3	9 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
Змістовий модуль 2.	Тема 4	10 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 4	11 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 5	12 тиждень	0,5	2	–	–	–	–	2,5
	Тема 6	13 тиждень	0,5	–	15	6		–	21,5
	Тема 7	14 тиждень	–	2	–	–	15	–	17
	Тема 7	15 тиждень	0,5	2	–	–		–	2,5
Залік			–	–	–	–	–	–	–
Усього			7	26	30	12	15	10	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	Задовільно	Не зараховано
35 – 59	FX	Незадовільно	
1 – 34	F		

3. Рекомендована література

Основна

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.

2. Маркетинг у банку : навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. – 353 с.

3. Маркетинг у банку: навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. / А. В. Нікітін, Т. Г. Іванова, І. Г. Брітченко, О. М. Момот ; за заг. ред. А. В. Нікітіна. – Київ : КНЕУ, 2010. – 474.

4. Формування системи довіри та захисту прав споживачів фінансових послуг : монографія / наук. ред. та кер. кол. авт. д-р екон. наук, проф. Н. М. Внукова. – Х.: АдВА, 2010. – 187 с.

Додаткова

5. Бондаренко А. Ф. Стан та перспективи розвитку страхового маркетингу в Україні / А. Ф. Бондаренко, М. А. Моїсеєнко, А. Д. Таранченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 12. – С. 423-427.

6. Лютий І. О. Банківський маркетинг : навч. посіб. / І. О. Лютий. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.

7. Парсяк В.Н. Ринок цінних паперів. Маркетингові дослідження / В. Н. Парсяк, В. В. Зельдіс. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

8. Практикум по страховому маркетингу / О. В. Козьменко, В. С. Лысенко. – Сумы : Университетская книга, 2014. – 224 с.

9. Розвиток ринків фінансових послуг в умовах європейської інтеграції : монографія / Н. М. Внукова, Ж. О. Андрійченко, С. А. Ачкасова [та ін.]; наук. ред. та кер. кол. авт. д-р екон. наук, проф. Н. М. Внукова. – Харків : ТО «Ексклюзив», 2014. – 217 с.

10. Страховой маркетинг : учеб. пособие / Т. Е. Терещенко. – Днепропетровск : Днепропетровская государственная финансовая академия, 2013. – 249 с.

11. Фондовый рынок : підручник. В 2-х кн. – Кн. 1. / За ред. В.Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2015. – 622 с.

12. Фондовый рынок: Підручник. В 2-х кн. – Кн. 2. / За ред. В.Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2016 – 686 с.

13. Цінні папери : підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2011. – 1094 с.

14. Цінні папери: практикум : навч. псіб. / За ред. В.Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2013 – 792 с.

15. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / кер. авт. кол. Д.е.н, проф. О. В. Козьменко. – Сумы : Університетська книга, 2014. – 432 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

16. 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>.

17. Концепція захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.09.2009 р. № 1026-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.-ua/1155.html>.

18. 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>.

19. 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>

20. 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>.

21. Про захист прав споживачів : Закон України № 1023-XII від 12.05.1991 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/-laws/show/1023-12>.

22. 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>.

23. Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 р. № 217-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249869713>.

24. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України № 2664–III від 12.07.2001 р. (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/-laws/show/2664-14>.