

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан экономического факультета

 В.Е. Левичев

« 7 » июля 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Косачев

« 8 » июля 2016 г.

**Кафедра товароведения и маркетинга**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Банковский маркетинг»**

Направление подготовки

**38.03.02 «Менеджмент»**

Профиль подготовки

**«Маркетинг»**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**

**Программа подготовки – прикладной бакалавриат**

Барнаул 2016

Рабочая программа учебной дисциплины «Банковский маркетинг» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом университета в:

- 2016г. по профилю «Маркетинг» для очной формы обучения;
- 2016г. по профилю «Маркетинг» для заочной формы обучения

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 4 от «27» июня 2016 г.

Зав. кафедрой,

д.э.н., профессор  
ученая степень, ученое звание

  
подпись

И.В. Ковалева

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 7 от «30» июня 2016г.

Председатель методической комиссии,

к.п.н., доцент  
ученая степень, ученое звание

  
подпись

Н.В. Тумбаева

Составитель:

к.э.н., ст.преподаватель  
ученая степень, должность

  
подпись

Д.В. Рожкова

## Лист внесения дополнений и изменений в рабочую программу учебной дисциплины «Банковский маркетинг»

<p style="text-align: center;"><b>на 2017 - 2018 учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 29 августа 2017г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Изменения не вносились</u></li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;"><u>Д.Э.Н., доцент</u></td> <td style="width: 33%; border: none;"></td> <td style="width: 33%; border: none;"><u>И.В. Ковалева</u></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	<u>Д.Э.Н., доцент</u>		<u>И.В. Ковалева</u>	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия	<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
<u>Д.Э.Н., доцент</u>		<u>И.В. Ковалева</u>																																			
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																																			
<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия	<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> <td style="border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, должность</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> <td style="width: 33%; border: none;">_____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="border: none;">подпись</td> <td style="border: none;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																																			
_____	_____	_____																																			
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																																			

## Оглавление

1.	Цель и задачи освоения дисциплины	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	3
3.	Требования к результатам освоения содержания дисциплины	5
4.	Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	5
5.	Тематический план освоения дисциплины	5
6.	Образовательные технологии	7
7.	Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
7.1	Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости	8
7.2	Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации	17
8.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	20
9.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
	Приложения	22

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

*Цель дисциплины* – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации маркетинговой деятельности на предприятиях банковской сферы, использованию маркетинговой информации для принятия управленческих решений в банковской деятельности.

*Задачи дисциплины:*

- освоить понятийный аппарат банковского маркетинга;
- раскрыть специфику банковского маркетинга;
- показать практику внедрения основ маркетинга в банковскую деятельность;
- рассмотреть процесс использования маркетинговой информации для принятия управленческих решений;
- приобретение навыков применения полученных в ходе обучения знаний для анализа конкретных практических ситуаций, касающихся финансовой сферы.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Банковский маркетинг» относится к дисциплине по выбору Блока 1.

Дисциплина «Банковский маркетинг» требует от студентов базовых знаний по экономической теории, информатике, маркетингу, маркетинговым исследованиям.

Таблица 2.1 – Сведения о дисциплинах, практиках (и их разделах), на которые опирается содержание данной дисциплины

Наименование дисциплин, других элементов учебного плана	Перечень разделов
Экономическая теория	Экономика рынка (микроэкономика).
Информатика	Процессы сбора, обработки, передачи и хранения информации. Программное обеспечение. Работа с базами данных. Основы и методы защиты информации.
Маркетинг	Маркетинг как философия и инструментарий предпринимательства, производственная функция маркетинга, сбытовая функция маркетинга, планирование и внедрение маркетинга на российских предприятиях.
Маркетинговые исследования	Теоретические и методологические основы маркетинговых исследований, классификация маркетинговой информации, методы сбора данных, анализ и обработка данных, маркетинговый анализ: принципы и методы, представление данных, полученных по завершению маркетингового исследования.

## 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 3.1 – Сведения о компетенциях и результатах обучения, формируемых данной дисциплиной.

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВО	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК-3	цели, объекты, субъекты, принципы, средства, особенности применения маркетинга в банковской сфере; виды и формы банковского маркетинга; принципы организации маркетинговой деятельности в банковской сфере; систему сбора, обработки и подготовки маркетинговой информации по принятию управленческих решений на предприятиях банковской сферы;	самостоятельно обрабатывать и анализировать первичные данные; определять источники конкурентного преимущества банков; выбирать методы формирования конкурентоспособности банков; использовать маркетинговую информацию для принятия управленческих решений в банковской сфере	умениями и навыками управления маркетинговой деятельностью в кредитных учреждениях.
--	------	---	---	---

#### 4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Таблица 4.1 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» для очной и заочной форм обучения, часов

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	34	8	
в том числе:			
1.1. Лекции	20	2	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	14	6	
2. Самостоятельная работа, часов, всего	38	64	
в том числе:			
2.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	-	-	
2.2. Расчетно-графическое задание (РГР)	-	-	
2.3. Самостоятельное изучение разделов	-	47	
2.4. Текущая самоподготовка	29	12	
2.5. Подготовка и сдача зачета	9	4	
2.6. Контрольная работа (К)	-	1	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	72	72	
Форма промежуточной аттестации	3	3	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

\* Формы промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Э), дифференцированный зачет (ДЗ).

## 5. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 5.1 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по профилю «Маркетинг» для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
<b>7 семестр</b>						
<b>Раздел 1. Методологические основы банковского маркетинга</b>						
Сущность и определение понятия «банковский маркетинг».	Понятие банковского маркетинга. Цель, задачи банковского маркетинга. Основные принципы банковского маркетинга. Специфика банковского маркетинга. Отличительные особенности банковского маркетинга от общей теории маркетинга. Развитие в России маркетинга банковских услуг.	2	-	1	2	УО, Т
Рынок банковских услуг и его сегментация.	Понятие банковского продукта. Основные виды банковских продуктов и услуг. Особенности банковского продукта. Целевые рынки и сегментация. Сегментирование рынка физических и юридических лиц. Стратегии банковского маркетинга.	2	-	1	2	УО, Т
Особенности маркетинговой среды в деятельности российских банков.	Составляющие маркетинговой среды банка, их взаимосвязь. Основные субъекты маркетинговой микросреды функционирования банка. Типы контактных аудиторий. Влияние маркетинговой макросреды на деятельность банка.	2		1	2	Т
<b>Раздел 2. Система сбора маркетинговой информации в банковской сфере</b>						
Банковская система маркетинговой информации.	Маркетинговая информация в процессе реализации маркетинговых возможностей банка. Цель, задачи, свойства маркетинговой информации в деятельности банка. Первичные и вторичные источники получения маркетинговой информации. Системы внутренней отчетности и внешней текущей маркетинговой информации в деятельности банка. Внутренние и внешние источники получения банковской маркетинговой информации.	2	-	1	2	УО
Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг.	Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг. Основные направления маркетинговых исследований банка. Этапы проведения исследования. Методы исследования.	2		1	2	ИЗ
<b>Раздел 3. Организация маркетинговой деятельности в кредитных учреждениях</b>						
Разработка банковских услуг.	Основные этапы разработки новой банковской услуги. Понятие жизненного цикла услуг. Характеристика стадий жизнен-	2	-	2	4	ИЗ

	ного цикла банковских услуг. Товарная политика как средство обеспечения конкурентоспособности. Решения товарной политики относительно марки, сервиса, товарных ассортимента и номенклатуры банковских услуг.					
Ценовая политика на рынке банковских услуг.	Понятие ценовой политики банка. Цели банков в области ценовой политики. Факторы, влияющие на решения по цене. Методы ценообразования в банке. Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы.	2	-	2	4	ИЗ
Методы распространения банковских услуг.	Сбытовая политика банка. Условия сбыта услуг. Каналы распределения услуг. Системы распространения услуг банка. Типы автоматизированных банков. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа. Инновационные методы распространения банковских услуг.	2		2	4	ИЗ
Коммуникационная политика на рынке банковских услуг.	Комплекс стимулирования сбыта, его элементы. Способы общения с клиентурой банка. Основные направления стимулирования сбыта. Система мероприятий Паблик рилейшнз. Рекламная политика банка, цели рекламной политики банка.	2		2	3	ИЗ
Планирование в системе управления банковским маркетингом.	Стратегическое и тактическое планирование банковского маркетинга. Этапы стратегического планирования. Основные маркетинговые стратегии банков. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом, его основные разделы.	2		1	4	УО, Р
	Подготовка к зачету	-	-	-	9	-
	Всего	20	-	14	38	-

\*Формы текущего контроля: лабораторная работа (ЛР); контрольная работа (К); расчетно-графическая работа (РГР); домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); эссе (Э); коллоквиум (КЛ); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ); аудиторная контрольная работа (АКР); устный опрос (УО).

Таблица 5.2 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану по профилю «Маркетинг» для очной формы обучения, часов

№ п/п	Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
1.	Подготовка к устному опросу по теме: «Сущность и определение понятия «банковский маркетинг».	2	Устный опрос	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
2.	Подготовка к устному опросу по теме: «Рынок банковских услуг и его сегментация».	2	Устный опрос	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
3.	Подготовка к тестированию по теме: «Особенности маркетинговой среды	2	Тестирование	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС на-



	в деятельности российских банков»			стоящей программы
4.	Подготовка к устному опросу по теме: «Банковская система маркетинговой информации».	2	Устный опрос	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
5.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг»	2	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
6.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Разработка банковских услуг»	4	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
7.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Ценовая политика на рынке банковских услуг.»	4	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
8.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Методы распространения банковских услуг»	4	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
9.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Коммуникационная политика на рынке банковских услуг»	3	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
10.	Подготовка к устному опросу по теме: «Планирование в системе управления банковским маркетингом»	4	Устный опрос	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
1.	Подготовка к зачету	9	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы

Таблица 5.3 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по профилю «Маркетинг» для заочной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа	
<b>9 семестр</b>						
<b>Раздел 1. Методологические основы банковского маркетинга</b>						

Сущность и определение понятия «банковский маркетинг».	Понятие банковского маркетинга. Цель, задачи банковского маркетинга. Основные принципы банковского маркетинга. Специфика банковского маркетинга. Отличительные особенности банковского маркетинга от общей теории маркетинга. Развитие в России маркетинга банковских услуг.	2	-	2	6	T
Рынок банковских услуг и его сегментация.	Понятие банковского продукта. Основные виды банковских продуктов и услуг. Особенности банковского продукта. Целевые рынки и сегментация. Сегментирование рынка физических и юридических лиц. Стратегии банковского маркетинга.	-	-	-	6	-
Особенности маркетинговой среды в деятельности российских банков.	Составляющие маркетинговой среды банка, их взаимосвязь. Основные субъекты маркетинговой микросреды функционирования банка. Типы контактных аудиторий. Влияние маркетинговой макросреды на деятельность банка.	-		2	6	T
<b>Раздел 2. Система сбора маркетинговой информации в банковской сфере</b>						
Банковская система маркетинговой информации.	Маркетинговая информация в процессе реализации маркетинговых возможностей банка. Цель, задачи, свойства маркетинговой информации в деятельности банка. Первичные и вторичные источники получения маркетинговой информации. Системы внутренней отчетности и внешней текущей маркетинговой информации в деятельности банка. Внутренние и внешние источники получения банковской маркетинговой информации.	-	-	-	6	-
Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг.	Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг. Основные направления маркетинговых исследований банка. Этапы проведения исследования. Методы исследования.	-		2	6	ИЗ
<b>Раздел 3. Организация маркетинговой деятельности в кредитных учреждениях</b>						
Разработка банковских услуг.	Основные этапы разработки новой банковской услуги. Понятие жизненного цикла услуг. Характеристика стадий жизненного цикла банковских услуг. Товарная политика как средство обеспечения конкурентоспособности. Решения товарной политики относительно марки, сервиса, товарных ассортимента и номенклатуры банковских услуг.	-	-	-	6	-
Ценовая политика на рынке банковских услуг.	Понятие ценовой политики банка. Цели банков в области ценовой политики. Факторы, влияющие на решения по цене. Методы ценообразования в банке. Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы.	-	-	-	6	-
Методы распространения банковских	Сбытовая политика банка. Условия сбыта услуг. Каналы распределения услуг. Системы распространения услуг банка. Типы	-		-	6	

услуг.	автоматизированных банков. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа. Инновационные методы распространения банковских услуг.					-
Коммуникационная политика на рынке банковских услуг.	Комплекс стимулирования сбыта, его элементы. Способы общения с клиентурой банка. Основные направления стимулирования сбыта. Система мероприятий Паблик рилейшнз. Рекламная политика банка, цели рекламной политики банка.	-	-		6	-
Планирование в системе управления банковским маркетингом.	Стратегическое и тактическое планирование банковского маркетинга. Этапы стратегического планирования. Основные маркетинговые стратегии банков. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом, его основные разделы.	-	-		6	-
	Подготовка к зачету	-	-	-	4	-
	Всего	2	-	6	64	-

\*Формы текущего контроля: лабораторная работа (ЛР); контрольная работа (К); расчетно-графическая работа (РГР); домашнее задание (ДЗ); реферат (Р); эссе (Э); коллоквиум (КЛ); тестирование (Т); индивидуальное задание (ИЗ); аудиторная контрольная работа (АКР); устный опрос (УО).

Таблица 5.4 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану по профилю «Маркетинг» для заочной формы обучения, часов

№ п/п	Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
1.	Подготовка к тестированию по теме: «Сущность и определение понятия «банковский маркетинг».	4	Устный опрос	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
2.	Подготовка к тестированию по теме: «Особенности маркетинговой среды в деятельности российских банков»	4	Тестирование	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
3.	Выполнение индивидуального задания в малых группах по теме: «Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг»	4	Защита ИЗ	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
4.	Самостоятельное изучение разделов	47	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
5.	Выполнение контрольной работы	1	Защита контрольной работы	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
6.	Подготовка к зачету	4	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС на-

			стоящей программы
--	--	--	-------------------

## 6. Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода при изучении дисциплины «Банковский маркетинг» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (табл. 6.1).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по дисциплине «Банковский маркетинг», в соответствии с данной программой составляет 76 процентов для очной формы обучения.

Таблица 6.1– Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану направления «Менеджмент» по профилю «Маркетинг» для очной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов
7-й семестр	Л	<i>Лекция – презентация</i> с применением мультимедийных технологий по ключевым темам курса.	6
	Л	<i>Лекция – беседа</i> , построенная в форме активного диалога с аудиторией. Объяснение вопросов происходит с показом иллюстраций и демонстрацией примеров.	10
	ПР	<i>Работа в малых группах</i> (4 – 6 человек), способствующая развитию навыков сотрудничества, межличностного общения, делового общения, нацеленности на результат.	6
	ПР	<i>Кейс-семинар</i> - семинар, который проводится на основе использования кейс-метода (технология анализа конкретных ситуаций). Суть его заключается в том, что обучающимся предлагают осмыслить реальную жизненную ситуацию. В процессе ее разрешения студенту требуется актуализировать знания, полученные ранее, а если знаний не хватает, то найти их и применить.	4
Итого:			26

## 7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

### 7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости

С целью мотивации студентов к качественному освоению компетенций и достижению результатов обучения, формируемых дисциплиной «Банковский маркетинг», преподавателем используются такие формы текущего контроля, как тестирование, выполнение индивидуального задания в малых группах, устный опрос, написание реферата.

### Методические рекомендации для проведения практических занятий и выполнения СРС

#### Устный опрос как форма текущего контроля успеваемости

С целью закрепление теоретического материала и контроля успеваемости на практических (семинарских) занятиях преподавателем проводится устный опрос.

Суть устного опроса заключается в том, что преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя таким образом степень его усвоения. Поскольку устный опрос является вопросно-ответным способом проверки знаний студентов, то он проводится в рамках семинара-беседы.

Ответ студента оценивается по пятибалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится, если студент показал высокий уровень освоения теоретического материала и ответил на все дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» ставится, если при ответе студент в основном четко изложил суть вопроса, но не смог полностью ответить на все дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент при ответе частично изложил суть поставленного вопроса, но логику изложения сохранил.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент дал неполный ответ на поставленный вопрос с нарушением логики и допущением ошибок в изложении теоретического материала или не смог ответить на поставленный вопрос.

### ***Вопросы для устного опроса по темам курса***

#### ***Тема «Сущность и определение понятия «банковский маркетинг»»***

1. Дайте определения банковскому маркетингу:
  - а) с акцентом на управленческую функцию,
  - б) с акцентом на конкретную деятельность по созданию и продаже банковских услуг клиентам,
  - в) определения, где банковский маркетинг представлен как концепция предпринимательской деятельности.
2. Укажите цель, задачи, принципы банковского маркетинга. Какие понятия лежат в основе банковского маркетинга?
3. Каковы основные направления маркетинговой деятельности банка?
4. В чем заключаются функции маркетинга?
5. Каковы главные факторы необходимости применения концепции маркетинга в коммерческом банке?
6. В чем особенности применения концепции маркетинга?
7. В чем основные отличия коммерческого банка, ориентированного на сбыт услуг, и банка, ориентированного на маркетинг?
8. Какие варианты построения структур службы маркетинга существуют? В чем заключается их различие?
9. Опишите отличие и схожесть маркетинговой деятельности коммерческого банка без филиальной сети и крупного банка с филиальной сетью в регионах.
10. Укажите порядок взаимодействия службы маркетинга с другими подразделениями коммерческого банка?

#### ***Тема: «Рынок банковских услуг и его сегментация»:***

1. Составьте характеристику рынка банковских услуг применительно к одному из субъектов Российской Федерации.

2. Дайте характеристику коммерческих банков, представленных на региональном рынке.
3. Укажите основные направления изучения рынка банковских услуг. Их цели и задачи.
4. В чем заключается изучение рынка одного из видов банковских услуг?
5. Дайте определение сегментации.
6. Назовите основные виды сегментации, особенности, область применения.
7. Укажите цель проведения сегментации.
8. Какие применяются критерии для сегментации?
9. Для чего используются результаты сегментации?
10. В чем заключается сложность и достоинства сегментации?

#### ***Тема «Банковская система маркетинговой информации»:***

1. Дайте определение информационному обеспечению маркетинговой деятельности банка.
2. Поясните роль маркетинговых исследований для коммерческих банков.
3. Назовите объекты и типы исследований.
4. Представьте структуру маркетингового исследования.
5. Назовите методы сбора информации и их особенности.
6. Расскажите о порядке проведения маркетингового исследования.

#### ***Тема «Планирование в системе управления банковским маркетингом»:***

1. Обоснуйте необходимость внедрения стратегического и маркетингового планирования в коммерческом банке.
2. С какой целью составляются стратегический и маркетинговый планы банка? Каковы задачи стратегического и маркетингового планов?
3. Какие требования предъявляются к процессу планирования? Опишите процесс стратегического планирования.
4. Покажите взаимосвязь маркетингового планирования со стратегическим и финансовым планированием.
5. Опишите процесс маркетингового планирования в банке.
6. Представьте структуру маркетингового планирования и маркетингового плана.
7. Расскажите об этапах составления маркетингового плана.
8. Что включает в себя ситуационный анализ?
9. По каким статьям формируется бюджет маркетинга?
10. Опишите схему контроля над выполнением маркетингового плана по уровням ответственности.
11. Представьте порядок составления плана продаж филиала.

#### **Тестирование как форма текущего контроля успеваемости**

Тестирование является одной из современных форм контроля и самоконтроля самостоятельной работы студента.

Тестирование — это метод контроля, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств студента, а также их соот-

ветствие определенным нормам путем анализа способов выполнения испытуемым ряда специальных заданий.

Тест позволяет не только проводить диагностику уровня подготовки студента, но и имеет также учебное, воспитательное и организационное значение. Тестирование открывает возможность объективно и, главное, количественно определить уровень знаний студента, сводя к минимуму субъективизм преподавателя.

В тест можно включать достаточное количество вопросов, что дает возможность уменьшить избирательный характер проверки знаний студента, характерный для других форм контроля. В связи с этим, тестирование обеспечивает получение достаточной информации о степени подготовки учащегося по данной теме.

Тестирование знаний студентов проводится индивидуально.

Один тест содержит от 10 вопросов (как открытых, так и закрытых вопросов), время ответов на которые составляет 15 мин.

Максимально-возможная сумма баллов по итогам одного тестирования составляет 13 баллов, минимально допустимая сумма баллов, свидетельствующая об удовлетворительном уровне освоения тестируемым данной темы, составляет 7 баллов. Студент, не набравший в результате тестирования минимально-необходимое количество баллов, считается не освоившим данную тему и должен пройти повторное тестирование. В программе указан перечень вопросов для проведения тестирования по темам лекционного курса.

Студенты, успешно прошедшие тестирование, допускаются к сдаче зачета.

***Перечень вопросов для проведения тестирования по темам курса  
Раздел 1: «Методологические основы банковского маркетинга»***

- 1.** Что является главным в определении банковского маркетинга?
  - а.** установление цены на банковский продукт;
  - б.** комплекс мероприятий, направленных на продвижение банковских услуг;
  - в.** реализация банковских услуг;
  - г.** повышение качества предлагаемых услуг.
- 2.** Какой из формулировок целей банковского маркетинга вы отдадите предпочтение?
  - а.** создание необходимых условий приспособления к требованиям рынка капитала;
  - б.** разработка системы мероприятий по изучению рынка;
  - в.** повышение конкурентоспособности и прибыльности;
  - г.** всем перечисленным целям одновременно.
- 3.** Справедливо ли утверждение: «Цели банка являются отражением целей маркетинга?»
  - а.** да
  - б.** нет.
- 4.** В составе перечисленных назовите понятие, характеризующее принцип банковского маркетинга:

- а. комплексность маркетингового процесса;
- б. банковский продукт;
- в. стимулирование сбыта;
- г. ценообразование.

5. Какая концепция банковского маркетинга ориентируется на потребителя и общество в целом?

- а. концепция совершенствования производства;
- б. концепция совершенствования товара;
- в. концепция социально-этического маркетинга;
- г. концепция чистого маркетинга.

4.

6. Какую концепцию банковского маркетинга вы бы использовали на рынке, где предложение превышает спрос (ситуация конкуренции)?

- а. сбытовую;
- б. товарную;
- в. социально-этического маркетинга;
- г. производственную.

7. Какую концепцию банковского маркетинга вы бы использовали на рынке, где спрос превышает предложение (ситуация дефицита)?

- а. товарную;
- б. производственную;
- в. чистого маркетинга;
- г. сбытовую.

8. Укажите среди перечисленных функции банковского маркетинга:

- а. аналитическая;
- б. инновационная;
- в. ситуационное управление;
- г. функция продвижения.

9. К какой функции относится общерыночный анализ и прогнозирование развития банковских услуг?

- а. инновационной;
- б. функции продвижения;
- в. аналитической;
- г. функции сбыта.

10. Укажите среди перечисленных состояния спроса на банковские услуги.

- а. фиксированный спрос;
- б. альтернативный спрос;
- в. импульсный спрос;
- г. стратегический спрос

11. Формирование сегмента рынка банковских услуг по уровню дохода населения к какому принципу сегментирования относится?

- а. географическому;
- б. демографическому;
- в. поведенческому;
- г. психографическому.

12. Что является первичным, а что вторичным – банковский продукт или банковская услуга?

- а. банковский продукт – вторичен;
- б. банковская услуга – первична;
- в. банковский продукт – первичен;
- г. банковская услуга – вторична.

13. Укажите среди перечисленных банковских услуг финансовые услуги:



- а. трастовые;
- б. лизинговые;
- в. страховые;
- г. факторинговые.

### **Индивидуальное задание как форма текущего контроля успеваемости**

Для закрепления теоретических положений курса и приобретения практических навыков в ходе практических занятий студентам будет предложено выполнение индивидуальных заданий в малых группах, способствующих развитию навыков сотрудничества, межличностного общения, делового общения, нацеленности на результат.

Данный метод позволяет студенту применить к практической ситуации полученные теоретические знания и понять, что реальный мир весьма далек от мира теоретических моделей.

#### **Методика проведения занятия в малых группах:**

1. Преподаватель распределяет студентов по микрогруппам (4-6 человек).
2. Организуется обсуждение вопроса в микрогруппах. При этом преподаватель актуализирует поставленные вопросы и направляет на анализ и решение всех проблем.
3. В группах выделяется человек, презентующий решение группы. Презентация составляется всеми членами микрогруппы. Презентация может быть устной, наглядной, графической или с применением компьютера.
4. Презентация решений групп.
5. Организуется общая дискуссия и обсуждение полученных решений.
6. Проводится обобщение полученных результатов и приобретенных знаний при работе.

По итогам занятия преподаватель выставляет отметку о зачете задания всем студентам, присутствовавшим на практическом занятии.

### ***Примерная тематика индивидуальных заданий***

#### ***Тема: «Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг»***

##### ***Задание:***

Составьте план проведения социологического исследования с целью определения мнения населения о деловой репутации банка, функционирующего в регионе.

##### ***Исходные данные:***

Банк региональный. На протяжении многолетней истории развития основные направления деятельности банк связывал с оказанием услуг предприятиям региона, преимущественно реального сектора экономики.

Проводимая традиционно взвешенная политика позволила банку и во время кризиса 1998 года сохранить финансовую устойчивость и защитить средства вкладчиков и предприятий. Репутация банка хорошо известна как в регионе, так и в целом по стране.

С учетом того, что банковский сектор региона расширяется за счет открытия филиалов иногородних банков, региональному банку требуется сохранять свои позиции на рынке, удовлетворяя потребности в банковском обслуживании, сохраняя доверие вкладчиков и корпоративных клиентов.

***Тема: «Разработка банковских услуг»***

*Задание:*

Разработайте три вида вкладов:

- для VIP-клиентов,
- для покупки квартиры,
- для пенсионеров.

Определите первоначальную сумму вноса, срок, порядок пополнения вклада, порядок начисления и выплаты процентов с тем, чтобы условия по новым видам вклада были конкурентными на рынке.

*Исходные данные:*

Коммерческий банк испытывает потребность в долгосрочных ресурсах для кредитования инвестиционного проекта. С целью привлечения средств населения в качестве ресурса необходимы новые виды вкладов сроком свыше одного года.

***Тема: «Ценовая политика на рынке банковских услуг»***

*Задание:*

Разработайте прейскурант на услуги электронной системы «Интернет-Банк» для физических лиц с тем, чтобы услуги были конкурентоспособными.

Перечень услуг в системе «Интернет-Банк»:

1. Получение выписок по счету (счетам) в системе «Интернет-Банк»
2. Получение выписок по счету (счетам) в системе «Интернет-Банк» и проведение платежей через систему.
3. Получение выписок по счету (счетам) в системе «Интернет-Банк»; проведение платежей через систему; получение выписок по счету (счетам) через электронную почту Интернет (в том числе на мобильный телефон).
4. Перевод средств на вклады, картсчета в системе банка, на счета банка.
5. Перевод средств на расчетные счета юридических лиц или предпринимателей в системе банка.
6. Перевод средств в другие банки.

*Исходные данные:*

Банк выходит на региональный рынок с новым продуктом «Интернет-Банк» для физических лиц.

***Тема: «Коммуникационная политика на рынке банковских услуг»***

*Задание:*

Используя результаты разработки новых видов вкладов (тема «Разработка банковских услуг»), составьте комплекс их продвижения на рынок, в том числе комплекс по стимулированию сбыта.

## **Защита реферата как форма текущего контроля успеваемости**

В течение семестра каждому студенту в целях развития исследовательских способностей, повышения культуры речи, повышения теоретических знаний по дисциплине необходимо подготовить и защитить реферат.

Реферат - это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного выступления содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы.

### ***Требования к содержанию реферата:***

***Титульный лист.*** Является первой страницей реферата и заполняется по установленным ВУЗом правилам.

***Введение.*** Здесь обычно обосновывается актуальность выбранной темы, цель и содержание реферата, указывается объект / предмет / рассмотрения, приводится характеристика источников для написания работы и краткий обзор имеющейся по данной теме литературы.

***Основная часть.*** Содержание глав этой части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Эти главы должны показать умение исследователя сжато, логично и аргументировано излагать материал, обобщать, анализировать, делать логические выводы.

***Заключительная часть.*** Предполагает последовательное, логически стройное изложение обобщенных выводов по рассматриваемой теме.

***Библиографический список использованной литературы*** составляет одну из частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора, позволяет судить о степени фундаментальности данного реферата.

Объем реферата не менее 15 страниц.

Тема реферата выбирается студентами самостоятельно из предложенного ниже перечня (повторение тем рефератов в одной группе недопустимо).

Реферат сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до итогового зачетного занятия.

При оценке реферата преподаватель учитывает:

- качество работы;
- степень самостоятельности студента и проявленную инициативу;
- связность, логичность и грамотность составления;
- оформление в соответствии с требованиями ГОСТ.

Защита тематического реферата будет проводиться на выделенном одном занятии в рамках часов учебной дисциплины.

Защита реферата студентом предусматривает:

- доклад по реферату не более 5-7 минут;
- ответы на вопросы аудитории.

Общая оценка за реферат выставляется по пятибалльной шкале с учетом оценок за работу, доклад, умения вести дискуссию и ответов на вопросы.

Оценка «отлично» ставится, если при защите студент показал высокий уровень освоения темой, осветил разные научные подходы к теме, ответил на все дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» ставится, если при защите студент подтвердил понимание работы, в основном четко изложил суть темы, но не смог полностью ответить на все дополнительные вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент при защите частично изложил суть темы, логику изложения сохранил.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если работа не отвечает предъявляемым требованиям, содержит грубые ошибки; студент при защите не смог подтвердить владение темой реферата.

### ***Примерные темы рефератов:***

1. Банковский маркетинг как составная часть коммерческой деятельности банка.
2. Банковский маркетинг в России.
3. Банковский маркетинг как система.
4. Спрос и предложение на рынке банковских услуг.
5. Маркетинговая среда банков.
6. Методика установления цены на рынке банковских услуг.
7. Реклама в системе банковского маркетинга.
8. Рекламная кампания в деятельности банка.
9. Стимулирование спроса на рынке банковских услуг.
10. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности банка.
11. Сервис как средство расширения покупательского спроса в банке.
12. Маркетинговая информация в деятельности банка.
13. Персональная продажа как основной метод распространения банковских продуктов.
14. Инновационные методы распространения банковских услуг.
15. Основные виды банковских продуктов и услуг.
16. Сегментирование рынка банковских услуг, его принципы и признаки.
17. Методы ценообразования в банке.
18. Исследовательская деятельность банков в области маркетинга.
19. Процесс создания банковской услуги-новинки.
20. Маркетинговые службы банка.

### **Методические указания по выполнению контрольной работы для студентов заочной формы обучения**

*Контрольная работа* – письменная учебная работа, выполняемая в соответствии с программой учебной дисциплины с целью закрепления теоретических знаний, практических умений и навыков, формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

Выполненная студентом контрольная работа сдается на кафедру и в срок до 10 дней проверяется преподавателем, который дает письменное заключение по работе. При оценке контрольной работы учитываются: соответствие заданию,

структурированность и оригинальность текста, степень самостоятельности, уровень грамотности (общий и специальный), правильность оформления.

### ***Структура контрольной работы***

Контрольная работа должна содержать ответы на три вопроса.

Примерная структура контрольной работы:

*Введение*

*Вопрос 1*

*Вопрос 2*

*Вопрос 3*

*Заключение*

*Библиографический список*

В библиографический список включаются источники учебной, научной, публицистической и иной литературы, использованные в процессе написания контрольной работы.

Номер варианта контрольной работы выбирается по последней цифре номера зачетной книжки согласно следующей таблицы:

Номер варианта	Номера вопросов из перечня вопросов контрольных работ
Вариант 1 (последняя цифра зачетной книжки 1)	1,3,5
Вариант 2 (последняя цифра зачетной книжки 2)	2,4,6
Вариант 3 (последняя цифра зачетной книжки 3)	7,9,11
Вариант 4 (последняя цифра зачетной книжки 4)	8,10,12
Вариант 5 (последняя цифра зачетной книжки 5)	13,15,17
Вариант 6 (последняя цифра зачетной книжки 6)	14,16,18
Вариант 7 (последняя цифра зачетной книжки 7)	19,1,23
Вариант 8 (последняя цифра зачетной книжки 8)	20,12,5
Вариант 9 (последняя цифра зачетной книжки 9)	13, 7, 9
Вариант 10 (последняя цифра зачетной книжки 0)	6,20,10

### ***Требования к оформлению:***

Объем контрольной работы в *печатном виде* должен быть не менее 15 листов формата А4, шрифт Times New Roman 14, с полуторным межстрочным интервалом с полями слева - 3, сверху - 2, снизу - 2.5, справа - 1.5, выравнивание – по ширине, абзационный отступ – 1,25.

Примерная тематика вопросов контрольной работы представлена в примерной тематике рефератов по курсу (с. 18 настоящей программы).

## ***7.2. Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации***

Промежуточная аттестация по дисциплине «Банковский маркетинг» проходит в форме зачета устно или письменно по билетам.

Допуск к зачету возможен, если:

- Студентом пройден минимальный порог баллов по тесту.
- Студентом выполнены индивидуальные задания в группах.
- Студент отвечал на устных опросах на оценку «удовлетворительно» и выше.
- Студент защитил реферат.

### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Понятие банковского маркетинга.
2. Цель, задачи банковского маркетинга.
3. Основные принципы банковского маркетинга.
4. Специфика банковского маркетинга.
5. Отдельные элементы банковского маркетинга в России.
6. Функции банковского маркетинга.
7. Концепции банковского маркетинга.
8. Общая схема организации маркетинговой деятельности в банке.
9. Понятие банковского продукта.
10. Основные виды банковских продуктов и услуг.
11. Основные принципы сегментирования рынка банковских услуг и их признаки.
12. Основные субъекты маркетинговой микросреды функционирования банка.
13. Группы объективных факторов маркетинговой макросреды и основные тенденции их развития.
14. Системы внутренней отчетности и внешней текущей маркетинговой информации в деятельности банка.
15. Внутренние и внешние источники получения банковской маркетинговой информации.
16. Основные направления маркетинговых исследований банка.
17. Этапы проведения маркетингового исследования в банке.
18. Методы и инструменты маркетингового исследования.
19. Основные этапы разработки новой банковской услуги.
20. Характеристика стадий жизненного цикла банковских услуг.
21. Решения товарной политики относительно марки, сервиса, товарных ассортимента и номенклатуры банковских услуг.
22. Понятие ценовой политики банка
23. Методы ценообразования в банке.
24. Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы.
25. Сбытовая политика банка.
26. Системы распространения услуг банка.
27. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа.
28. Инновационные методы распространения банковских услуг.
29. Способы общения с клиентурой банка.

30. Основные направления стимулирования сбыта в деятельности банка.
31. Система мероприятий Паблик рилейшнз в маркетинговой деятельности банка.
32. Формы и средства рекламирования банковских услуг.
33. Рекламная кампания банка: этапы, планирование.
34. Этапы стратегического планирования маркетинговой деятельности банка.
35. Основные маркетинговые стратегии банков.
36. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом.
37. Специфика организационной структуры службы маркетинга в банке.
38. Основные решения и принципы в управлении службой маркетинга

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

*а) библиографический список рекомендуемых изданий основной учебной литературы:*

1. Артемьева О.А. Финансовый маркетинг: теория и практика: учебник для магистров / О.А. Артемьева и др.; под общ.ред.С.В. Карповой. – М: Издательство Юрайт,2013.
2. Маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Е. В. Закшевская. - М. : КолосС, 2012. - 247 с.
3. Мотовилов О. В. Банковское дело : учебник / О. В. Мотовилов, С. А. Белозеров. - М. : Проспект, 2014. - 408 с.
4. Сурай Н.М. Финансовый маркетинг: учебное пособие для бакалавров / Н.М. Сурай, Т.Е. Фасенко, Д.В. Рожкова. – Барнаул: Издательство РИО АГАУ, 2015. – 79 с.

*б) библиографический список рекомендуемых изданий дополнительной учебной литературы:*

1. Косолапова М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / М. В. Косолапова , В. А. Свободин. - М. : Дашков и К', 2012. - 248 с.

*Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:*

1. Энциклопедия маркетинга [электронный ресурс] / Информационно-аналитический портал по маркетингу. Режим доступа: <http://marketing.spb.ru> ;
2. 4p.ru [электронный ресурс] / журнал «Маркетинг». Режим доступа: <http://4p.ru/main/index.php> .

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Изучение дисциплины проходит в лекционных аудиториях и аудиториях для проведения практических занятий, оснащенных мультимедийными комплексами.

Аннотация дисциплины  
**«Банковский маркетинг»**  
 для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»  
 профиль «Маркетинг»

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации маркетинговой деятельности на предприятиях банковской сферы, использованию маркетинговой информации для принятия управленческих решений в банковской деятельности.

**Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций**

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1.	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)

**Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Маркетинг»**

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	34	8	
в том числе:			
1.1. Лекции	20	2	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	14	6	
2. Самостоятельная работа, часов	38	64	
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	72	72	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

**Формы промежуточной аттестации: зачет.**

**Перечень изучаемых тем (основных):**

1. Сущность и определение понятия «банковский маркетинг».
2. Рынок банковских услуг и его сегментация.
3. Особенности маркетинговой среды в деятельности российских банков.
4. Банковская система маркетинговой информации.
5. Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг.
6. Разработка банковских услуг.
7. Ценовая политика на рынке банковских услуг.
8. Методы распространения банковских услуг.
9. Коммуникационная политика на рынке банковских услуг.
10. Планирование в системе управления банковским маркетингом.




**Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине «Банковский маркетинг» по состоянию на 30 июня 2016 г.**

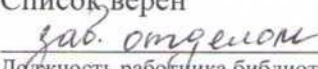
№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Е. В. Закшевская. - М. : КолосС, 2012. - 247 с.	35
2	Мотовилов О. В. Банковское дело : учебник / О. В. Мотовилов, С. А. Белозеров. - М. : Проспект, 2014. - 408 с.	20

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине «Банковский маркетинг» по состоянию на 30 июня 2016 г.**

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Косолапова М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. - М. : Дашков и К', 2012. - 248 с.	50

Составитель:  
к.э.н., ст.преподаватель

 Д.В. Рожкова

Список верен  
  
Должность работника библиотеки



  
И.О. Фамилия