

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра стратегического развития и экономической безопасности

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.5.1 Маркетинг банковских продуктов

Направление подготовки/специальность: 38.04.08 - Финансы и кредит

Профиль/направленность/специализация: Банковское дело

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Чепурова Ирина Федоровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.08 - Финансы и кредит (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «12» августа 2020 г. № 991).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры стратегического развития и экономической безопасности «28» июня 2022 г. Протокол № 9

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «04» июля 2022 г. № 11.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	19

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- консалтинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 08 Финансы и экономика (в сфере управления денежными средствами, денежными потоками, финансами, осуществления финансового контроля, а также стратегического и текущего планирования деятельности в организациях реального сектора экономики, неправительственных и общественных организациях, органах государственной власти и местного самоуправления с учетом особенностей макроэкономической ситуации, перспектив развития цифровой экономики, рисков движения денежных средств, формирования и использования финансовых ресурсов для определения экономически рационального поведения в конкретных ситуациях)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен осуществлять финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг	Оказывает консультирование по вопросам продвижения банковских продуктов на рынке финансовых услуг

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		2	4	2	4
1	Валютное законодательство РФ	+		+	
2	Ознакомительная практика		+		+
3	Развитие нефинансовых продуктов коммерческого банка	+		+	
4	Современные платежные системы	+		+	
5	Финансовое право	+		+	

6	Цифровизация банковской деятельности	+		+	
7	Экосистема банка	+		+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Маркетинг банковских продуктов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 38.04.08 - Финансы и кредит.

Дисциплина «Маркетинг банковских продуктов» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа	32	10
Лекции (Лекции)	16	4
Практические (Практ. раб.)	16	6
Самостоятельная работа (СР)	76	94
Зачет	-	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
2 семестр								
1	Маркетинговые аспекты управления банком	2	1	2	1	14	18	Опрос; Практичсекое задание
2	Антикризисный маркетинг	2	-	2	2	14	18	Опрос; Практическое задание
3	Маркетинг услуг и анализ конкурента	2	1	4	1	16	18	Опрос
4	Тварная, сбытовая и коммуникационная политика банка	6	1	6	1	16	18	Опрос; Практичсекое задание
5	Банковская маркетинговая стратегия	4	1	2	1	16	22	Опрос; Реферат

Тема 1. Маркетинговые аспекты управления банком (ПК-1)

Лекция.

Продвижение банковских услуг. Изменение ассортимента или разработка новых банковских услуг, создание эффективного рынка для своего товара. Выполнение маркетингового исследования. Политика ценообразования банковских услуг, тактика реализации продукции банковских услуг, реклама и продвижение банковских товаров на рынок, политика по предоставлению гарантий, качество банковских услуг, обеспечение безопасности. Методы определения цен, ценовая тактика предприятия.

Содержание и специфика банковского маркетинга. Понятие и особенности банковского продукта. Цели, задачи, принципы банковского маркетинга

Банковские операции и приемы банковского маркетинга. Процесс осуществления маркетинга.

Практическое занятие.

- 1 Комплекс маркетинга.
- 2 Бизнес-план, его назначение, основные задачи.
- 3 Бизнес-планирование в кредитных организациях.
- 4 Формулировка бизнеса, цели и задачи проекта.
- 5 Описание услуги.
- 6 Анализ рынка, анализ конкуренции, план маркетинга, прогноз продаж, анализ рисков

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Понятие стимулирования сбыта, стимулирования клиентов, стимулирование торговой сети.
- 2 Способы осуществления политики стимулирования сбыта.
- 3 Стратегия удержания клиентов.
- 4 Ценовая политика

Тема 2. Антикризисный маркетинг (ПК-1)

Лекция.

Роль маркетинга в антикризисном управлении. Концепции бизнеса: производственная, сбытовая, маркетинговая. Цель маркетинга в антикризисном управлении, особенности антикризисного маркетинга., функции маркетинга в антикризисном управлении. Объекты и средства маркетинга в банковской деятельности. Принципы антикризисного маркетинга: ранняя диагностика кризисных явлений в деятельности кредитных организаций, оперативность – работа с текущей информацией, срочность реагирования на кризисные явления, адекватность реагирования на степень реальной угрозы его финансовому и рыночному положению, реалистичность, полная реализация внутренних возможностей выхода предприятия из кризисного состояния.

Практическое занятие.

- 1 Составляющие процесса управления маркетингом банковских услуг.
- 2 Анализ рыночных возможностей в сфере банковских услуг.
- 3 Маркетинговая информационная система (МИС) в банке

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Система управления взаимоотношениями с клиентами.
- 2 Маркетинговые исследования рынка банковских услуг и потребителей банковских услуг (физических и юридических лиц).
- 3 Риск-менеджмент в банковской сфере.
- 4 Анализ маркетинговой среды банка.

Тема 3. Маркетинг услуг и анализ конкурента (ПК-1)

Лекция.

Сущность банковских инноваций. Фазы инновационного проекта. Основные виды пластиковых карт, применяемых в кредитных учреждениях России. Преимущества от введения пластиковых карт. Стратегия атаки. Фронтальная атака, фланговая атака, атака с окружением, обходная атака, партизанская атака.

Маркетинговые исследования на рынке банковских услуг, их значение и роль в системе маркетинговой информации. Основные направления маркетинговых исследований банка: изучение собственных возможностей банка, Наблюдение за конкурентами, изучение ситуации на рынке банковских услуг, изучение потребностей потребителей банковских услуг. Этапы проведения исследования. Методы исследования. Информационная база и инструментарий маркетингового исследования (анализ и прогнозирование рынка, непрерывное наблюдение за рынком). Инструменты исследования. Типы анкетных вопросов. Понятие выборки и план ее составления

Практическое занятие.

- 1 Рыночный последователь.
- 2 Организации, действующие в рыночной нише.
- 3 Концепция стратегических групп М. Портера.
- 4 Стратегическая группа.

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Показатель конкуренции на рынке на основании рыночных долей.
- 2 Четырехдольный показатель концентрации.
- 3 Десятидольный показатель концентрации.
- 4 Индекс Харфинделя-Хиршмана.

Тема 4. Тварная, сбытовая и коммуникационная политика банка (ПК-1)

Лекция.

Товарная политика банка, ее сущность и методы. Ценовая политика банка, ее объекты и инструменты. Сбытовая политика банка, ее пространственный и временной аспект. Организация сбыта банковских услуг.

Коммуникационная политика банка и ее инструменты: личная продажа, реклама, стимулирование сбыта, работа с общественностью.

Понятие ценовой политики банка. Цели банков в области ценовой политики. Факторы, влияющие на решения по цене: внутренние и внешние.

Методы ценообразования в банке: установление цены путём суммирования затрат на оказание данной услуги и необходимой прибыли; расчёт цены на основе расчёта

безубыточности и обеспечения целевой прибыли; определение цены на основании оценок потребительских качеств данного банковского продукта и т.д. Процесс

установления цены на банковские услуги, его этапы: 1) оценка спроса; 2) оценка затрат; 3) анализ цен конкурентов; 4) выбор метода ценообразования; 5) установление

окончательной цены на банковскую услугу. Сбытовая политика банка. Условия сбыта услуг: правильное решение о размещении филиалов и учреждений банка (с точки

зрения характеристик базы клиентов, уровня конкуренции, удобства доступа и выгодного распоряжения относительно центров интенсивного перемещения потенциальных клиентов), выбор типа кредитного учреждения, внутреннее устройство банка, обязанности персонала и т.п. Каналы распределения услуг. Системы распространения услуг банка. Типы автоматизированных банков. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа. Комплекс стимулирования сбыта, его элементы: стимулирование сбыта, создание благоприятного образа банка в глазах широкого круга общественности (PublicRelations) и реклама. Способы общения с клиентурой банка. Основные направления стимулирования сбыта: стимулирование потребителей, стимулирование работников банка, стимулирование посредников.

Практическое занятие.

- 1 Комплекс маркетинга (4Р).
- 2 Банковские услуги, предлагаемые рынку.
- 3 Расчет цены банковских услуг.
- 4 Место работы банка с клиентом (обслуживание в банке, обслуживание он-лайн посредством личного кабинета, интернет-сервисы и т.п.).
- 5 Продвижение банковских услуг (реклама и PR)

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Основные принципы банковской конкуренции.
- 2 Отличительные признаки банковской конкуренции.
- 3 Сфера банковской конкуренции

Тема 5. Банковская маркетинговая стратегия (ПК-1)

Лекция.

Стратегия. Стратегическое планирование. Классификация рынков(сегментация), выбор рынков, выбор метода выхода на рынок, выбор средств маркетинга, выбор времени выхода на рынок или ухода с него. Стратегическое и тактическое планирование банковского маркетинга.

Этапы стратегического планирования: разработка программы, постановка целей и задач, оценка «хозяйственного портфеля», Разработка стратегии роста. Основные маркетинговые стратегии банков: стратегия освоения рынка, стратегия удержания позиций, стратегия выхода в лидеры, стратегия поиска выгод. Задачи стратегий в соответствии с целями развития банка. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом, его основные разделы

Практическое занятие.

- 1 Понятие планирования ассортимента банковского продукта.
- 2 Инновация ассортимента банковских продуктов.
- 3 Основные типы каналов товародвижения: прямые, косвенные, смешанные.
- 4 Условия выбора каналов товародвижения, факторы влияющие на выбор.
- 5 Планирование процесса товародвижения. Оптовая или розничная торговля.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
---------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Маркетинговые аспекты управления банком	Опрос	10	<p>10-7 баллов – студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям.</p> <p>7-4 балла - студент освоил учебный материал в полном объеме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности.</p> <p>3 балла – студент освоил основные положения темы занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений.</p> <p>2 балла – студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал.</p> <p>1 балл - студент имеет поверхностные знания учебного материала, с трудом ориентируется в учебном материале.</p>
		Практическое задание	10	<p>10-7 баллов – студент выполнил работу полностью без ошибок и недочетов.</p> <p>6-4 балла – студент выполнил больше половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>3 балла – студент выполнил половину работы без ошибок и недочетов, допустил не более двух недочетов.</p> <p>2 балла – студент выполнил менее половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов</p>
2.	Антикризисный маркетинг	Опрос	10	<p>10-7 баллов – студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям.</p> <p>7-4 балла - студент освоил учебный материал в полном объеме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности.</p> <p>3 балла – студент освоил основные положения темы занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений.</p> <p>2 балла – студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал.</p> <p>1 балл - студент имеет поверхностные знания учебного материала, с трудом ориентируется в учебном материале.</p>

		Практическое задание(контрольный срез)	10	<p>10-7 баллов – студент выполнил работу полностью без ошибок и недочетов.</p> <p>6-4 балла – студент выполнил больше половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>3 балла – студент выполнил половину работы без ошибок и недочетов, допустил не более двух недочетов.</p> <p>2 балла – студент выполнил менее половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов</p>
3.	Маркетинг услуг и анализ конкурента	Опрос	10	<p>10-7 баллов – студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям.</p> <p>7-4 балла - студент освоил учебный материал в полном объеме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности.</p> <p>3 балла – студент освоил основные положения темы занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений.</p> <p>2 балла – студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал.</p> <p>1 балл - студент имеет поверхностные знания учебного материала, с трудом ориентируется в учебном материале.</p>
4.	Тварная, сбытовая и коммуникационная политика банка	Опрос	10	<p>10-7 баллов – студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям.</p> <p>7-4 балла - студент освоил учебный материал в полном объеме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности.</p> <p>3 балла – студент освоил основные положения темы занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений.</p> <p>2 балла – студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал.</p> <p>1 балл - студент имеет поверхностные знания учебного материала, с трудом ориентируется в учебном материале.</p>

		Практическое задание(контрольный срез)	10	<p>10-7 баллов – студент выполнил работу полностью без ошибок и недочетов.</p> <p>6-4 балла – студент выполнил больше половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>3 балла – студент выполнил половину работы без ошибок и недочетов, допустил не более двух недочетов.</p> <p>2 балла – студент выполнил менее половины работы, допустил не более двух недочетов.</p> <p>1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов</p>
5.	Банковская маркетинговая стратегия	Опрос	10	<p>10-7 баллов – студент показывает глубокие и полные знания учебного материала, при изложении не допускает неточностей и искажения фактов, излагает материал в логической последовательности, хорошо ориентируется в излагаемом материале, может дать обоснование высказываемым суждениям.</p> <p>7-4 балла - студент освоил учебный материал в полном объеме, хорошо ориентируется в учебном материале, излагает материал в логической последовательности, однако при ответе допускает неточности.</p> <p>3 балла – студент освоил основные положения темы занятия, однако при изложении учебного материала допускает неточности, излагает его неполно и непоследовательно, для изложения нуждается в наводящих вопросах со стороны преподавателя, испытывает сложности с обоснованием высказанных суждений.</p> <p>2 балла – студент имеет разрозненные и несистематизированные знания учебного материала, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении основных понятий, искажает их смысл, не может самостоятельно излагать материал.</p> <p>1 балл - студент имеет поверхностные знания учебного материала, с трудом ориентируется в учебном материале.</p>

		Реферат	20	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>20-14 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>13-7 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Даны грамотные ответы на отдельные дополнительные вопросы</p> <p>6-5 балла - логика выступления в отдельных местах нарушается, тема исследования раскрывается, опираясь на результаты теоретических исследований современной социологии образования последних 10 лет, отсутствуют оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены пунктирно, продемонстрированы средние ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов, ответы на вопросы требуют уточнения.</p> <p>4-3 балла – представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, отдельные ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения</p> <p>2-1 балл - представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, студент не может дать ответы на дополнительные вопросы</p>
--	--	---------	----	---

6.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	100	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Маркетинговые аспекты управления банком

- 1 Приемы банковского маркетинга
- 2 Характеристика взаимосвязи элементов системы банковского маркетинга
- 3 Среда маркетинга. Микро- и макросреда.
- 4 Понятие потенциального клиента в банковском маркетинге

Тема 2. Антикризисный маркетинг

- 1 Целевые рынки и сегментация.
- 2 Основные принципы сегментирования и их признаки.
- 3 Сегментирование рынка физических и юридических лиц.

Тема 3. Маркетинг услуг и анализ конкурента

- 1 Процесс исследования рынка банковских услуг.
- 2 Этапы проведения исследования.
- 3 Методы исследования.
- 4 Цель и характеристика основных видов сегментации

Тема 4. Товарная, сбытовая и коммуникационная политика банка

- 1 Понятие услуги-новинки.

- 2 Этапы выработки продуктовой стратегии.
- 3 Основные этапы разработки новой банковской услуги.
- 4 Понятие жизненного цикла услуг.
- 5 Характеристика стадий жизненного цикла банковских услуг: 1) внедрение банковского продукта; 2) стадия роста сбыта; 3) стадия зрелости; 4) стадия спада.
- 6 Товарная политика как средство обеспечения конкурентоспособности.
- 7 Решения товарной политики относительно марки, сервиса, товарных ассортимента и номенклатуры банковских услуг

Тема 5. Банковская маркетинговая стратегия

- 1 Маркетинг как направление деятельности банка.
- 2 Функции маркетинга в банке.
- 3 Структура службы маркетинга в банке.

Практическое задание

Тема 2. Антикризисный маркетинг

- 1 Составьте классификацию банковских услуг
- 2 Проведите исследование потребностей клиентов в банковском обслуживании
- 3 Отбор целевых рынков для исследования

Практическое задание

Тема 1. Маркетинговые аспекты управления банком

Проведите сравнительный анализ организационных структур банковского маркетинга

Тема 4. Товарная, сбытовая и коммуникационная политика банка

- 1 Сформируйте комплекс маркетинговых коммуникации на первом этапе жизненного цикла
- 2 Составьте пример рекламного обращения

Реферат

Тема 5. Банковская маркетинговая стратегия

1. Особенности современного банковского маркетинга.
2. Маркетинг в деятельности транснациональных банков.
3. Цели рекламной компании банка.
4. Оценка эффективности специальных событий банка.
5. Современные PR-технологии.
6. Особенности реализации маркетинговой политики коммерческих банков в РФ.
7. Методы маркетингового анализа современного банковского рынка.
8. Управление маркетингом в коммерческом банке: цель, задачи, методы.
9. Организация службы банковского маркетинга.
10. Рекламная политика банка: содержание, виды банковской рекламы.
11. Оценка рекламной политики банка.
12. Инновационная реклама банковской организации.
13. Социальная деятельность банковских организаций.
14. Особенности реализации банковской рекламы в условиях современного отечественного рынка.
15. Мероприятия по разработке новых банковских продуктов и услуг.
16. Ценовая политика банка: содержание, методы реализации.

17. Анализ конкурентной позиции банка.
18. Организация маркетинговых исследований в банке.
19. Разработка банковской услуги – новинки.
20. Маркетинговые коммуникации банковской организации.
21. Банковский маркетинг как составная часть коммерческой деятельности банка.
22. Банковский маркетинг в России. 23. Банковский маркетинг как система.
24. Спрос и предложение на рынке банковских услуг.
25. Маркетинговая среда банков.
26. Методика установления цены на рынке банковских услуг.
27. Реклама в системе банковского маркетинга.
28. Рекламная кампания в деятельности банка.
29. Стимулирование спроса на рынке банковских услуг.
30. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности банка.
31. Сервис как средство расширения покупательского спроса в банке.
32. Маркетинговая информация в деятельности банка.
33. Персональная продажа как основной метод распространения банковских продуктов.
34. Инновационные методы распространения банковских услуг.
35. Основные виды банковских продуктов и услуг.
36. Сегментирование рынка банковских услуг, его принципы и признаки.
37. Методы ценообразования в банке.
38. Исследовательская деятельность банков в области маркетинга.
39. Процесс создания банковской услуги-новинки.
40. Маркетинговые службы банка.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-1)

1. Понятие и характеристика услуг.
2. Понятие банковских, финансовых услуг и банковских операций.
3. Содержание и специфика банковского маркетинга
4. Банк как экономический институт и хозяйственная организация.
5. Виды банковских услуг и операций.
6. Маркетинговая информационная система (МИС) в банке.
7. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований в банке.
8. Составляющие процесса управления маркетингом банковских услуг.
9. Анализ рыночных возможностей в сфере банковских услуг.
10. Система управления взаимоотношениями с клиентами банка.
11. Маркетинговые исследования рынка банковских услуг и потребителей банковских услуг (физических и юридических лиц).
12. Риск-менеджмент в банковской сфере.
13. Анализ маркетинговой среды банка.
14. Понятие и принципы сегментирования рынка.
15. Принципы сегментации рынков потребителей банковских услуг и выбор целевых сегментов рынка.
16. Стратегии охвата рынка банком.
17. Позиционирование банка на рынке.
18. Планирование комплекса маркетинга банковских услуг: общая характеристика.
19. Банковские услуги, предлагаемые рынку.
20. Расчет цены банковских услуг.

21. Место работы банка с клиентом (обслуживание в банке, обслуживание он-лайн посредством личного кабинета, интернет-сервисы и т.п.).
22. Продвижение банковских услуг (реклама и PR).
23. Организация маркетинговой деятельности в банке. Организационная структура и маркетинговая служба банка
24. Маркетинг как направление деятельности банка.
25. Функции маркетинга в банке.
26. Структура службы маркетинга в банке.
27. Структура банковской системы РФ.
28. Международная банковская система.

Типовые задания для зачета (ПК-1)

Не предусмотрено

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-1	Демонстрирует знания основных банковских продуктов и технологий их продвижения. Умеет Способен осуществлять анализ рынка финансовых услуг. Владеет навыками продвижения банковских продуктов с учетом потребностей клиентов коммерческого банка
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-1	Отсутствуют знания об основных банковских продуктах и технологиях их продвижения. Не способен провести анализ рынка финансовых услуг. Отсутствуют навыки продвижения банковских продуктов с учетом потребностей клиентов коммерческого банка

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Николаева Т.П. Банковский маркетинг: российский и зарубежный опыт : учебное пособие. - Москва: Флинта, 2021. - 187 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765279281.html>
2. Николаева, Т. П. Банковский маркетинг : учебное пособие. - 2021-12-31; Банковский маркетинг. - Москва: Евразийский открытый институт, 2009. - 224 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/10618.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Золотковский Ю. С. Банковский маркетинг : учебное пособие. - Минск: РИПО, 2015. - 234 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463349>
2. Золотковский, Ю. С. Банковский маркетинг : учебное пособие. - 2022-08-04; Банковский маркетинг. - Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. - 236 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/67613.html>
3. Резник И. Банковский маркетинг : учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014. - 97 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259312>
4. Уткин Э. А. Банковский маркетинг. - [М.]: [ИНФРА-М], [Метаинформ], [199. - 300 с.

6.3 Методические разработки:

1. Резник И. Банковский маркетинг: сборник задач, логических схем и тестов : учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014. - 100 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259311>
2. Теплякова, Н. А. Банковский маркетинг : ответы на экзаменационные вопросы. - Весь срок охраны авторского права; Банковский маркетинг. - Минск: ТетраСистемс, 2010. - 161 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/28052.html>

6.4 Иные источники:

1. Ассоциация российских банков - <https://arb.ru/>
2. журнал "Банковское дело" - <https://www.bankdelo.ru/magazine>
3. Журнал «BIS Journal - Информационная безопасность банков» - <https://journal.ib-bank.ru/pub/169>
4. Национальный банковский журнал - <http://nbj.ru/>
5. Обзор банковской системы РФ - <https://www.banki.ru/>
6. <http://www.worldbank.org> – сайт Всемирного банка - <http://www.worldbank.org>
7. Центральный банк Российской Федерации | Банк России - <https://cbr.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Windows 10

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
3. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>
4. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
5. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>
6. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
7. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.