

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Кафедра финансов и кредита

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

Б1.В.ДВ.06.02

краткое наименование дисциплины – не установлено

по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

направленность (профиль): «Финансы и кредит»

квалификация: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора — 2021

Автор – составитель:

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита СИУ – филиала
РАНХиГС А.В. Гришанова

Новосибирск, 2021

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию, необходимую при осуществлении профессиональной деятельности - способен применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач.

План курса:

Тема 1. Сущность маркетинга применительно к банковской индустрии

Общее и особенное в практике корпоративного и банковского маркетинга. Важнейшие категории. Функции банковского маркетинга. Задачи банковского маркетинга. Структура и виды организации банковского маркетинга. Концепция банковского маркетинга в европейских коммерческих банках. Особенности банковского маркетинга в рамках Федеральной Резервной системы США. Социальная концепция маркетинга в исламской банковской системе.

Тема 2. Банковский продукт и концепция банковской технологии маркетинга

Понятие маркетинга в банковской сфере. Системный подход к деятельности коммерческого банка как активного микроэкономического субъекта. Экономико-математические методы и модели, применяемые в системе банковского маркетинга. Уровни банковского продукта. Дифференциация банковских услуг. Критерии качества банковского продукта. Критерии оценки качества обслуживания. Сегментация банковских продуктов по их сложности.

Тема 3. Политика продаж: ценообразование и система доставки банковских продуктов

Особенности ценообразования банковских услуг. Факторы, влияющие на ценообразование. Методы ценообразования. Стратегии формирования цены на банковские услуги. Причины изменения цен на услуги. Виды сбыта. Современные каналы доставки банковских продуктов, их развитие. Практика подготовки бюджета и плана рекламных мероприятий. Создание новых банковских услуг и продуктов, продвижение их потребителям, управление системой ценообразования в коммерческом банке.

Тема 4. Методы анализа клиентской базы коммерческого банка

Маркетинговые исследования в соответствии с каналами реализации банковских продуктов. Выявление проблем и формирование цели и задач исследования. Планирование маркетинговых исследований. Сбор, анализ маркетинговой информации, представление результатов. Определение рынков и целевых сегментов. Определение характеристик потребителей. Методика сегментации клиентов. Виды сегментации. Формирование информационной базы данных по клиентам. Направления проведения экспертных оценок. Изучение мотивации потенциальных клиентов. Формирование статуса клиента.

Тема 5. Банковская реклама и мероприятия по связям с общественностью

Коммуникационные задачи банка. Цели коммуникационной политики банка. Корпоративная информационная реклама, корпоративная имиджевая реклама. Принципы деятельности отдела рекламы банка. Кооперация отдела рекламы банка и рекламных агентов. Функции и задачи рекламного отдела банка. Личное продвижение банковских услуг. Определение рейтинга СМИ. Этапы рекламной компании. Направления и виды мероприятий по связям с общественностью.

Тема 6. Стратегический маркетинг в коммерческом банке

Понятие стратегического маркетинга. Виды стратегического маркетинга. Основные элементы стратегии развития банка. Конкурентная позиция банка в отрасли. Возможные альтернативы при выборе стратегии роста у банка. Портфельная стратегия и конкурентная стратегия. Матрица БКГ и ее построение. Модель «Привлекательность рынка – преимущества конкуренции». Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования. Стратегия роста и сокращения. Стратегии лидерства и снижения издержек. Эволюция маркетинговых стратегий в коммерческом банке. Этапы стратегического планирования в современном банке. Система подготовки маркетинговых исследований рынка. Аналитическая работа по формулировке гипотез, проверка истинности выдвинутых гипотез.

Тема 7. Бизнес-планирование и специализированные информационные системы

Комплексная бизнес – модель коммерческого банка. Основные бизнес-процессы и постановка проблемы. Понятие, характеристика и особенности управления IT-проектом. Жизненный цикл проектов по совершенствованию бизнес-процессов. Основные понятия и методика управления проектами по формированию каналов сбыта банковских продуктов. Методы управления проектами коммерческого банка. Обоснование методологии "скрам" для моделирования процессов маркетинга в банке. Выбор специализированного программного обеспечения. Проект внедрения «APTRA Relate». PERT – анализ и критерии успешности проекта. Проекты M&A по управлению стейкхолдерами коммерческого банка. Разработка и управление проектами в прикладной программе «Project Expert».

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Таблица 1

Для очной, очно - заочной формы обучения

Тема		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Сущность концепции маркетинга применительно к банковской индустрии	Тестирование Дискуссия
Тема 2	Банковский продукт и концепция банковской технологии маркетинга	Тестирование Опрос
Тема 3	Политика продаж: ценообразование и система доставки банковских продуктов	Тестирование Кейс
Тема 4	Методы анализа клиентской базы коммерческого банка	Тестирование Опрос
Тема 5	Банковская реклама и мероприятия по связям с общественностью	Тестирование Практические задания
Тема 6	Стратегический маркетинг в коммерческом банке	Тестирование Кейс
Тема 7	Бизнес-планирование и специализированные информационные системы	Контрольная работа

Таблица 2

Для заочной формы обучения

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
------	---------------------------------------

Тема 1	Сущность концепции маркетинга применительно к банковской индустрии	Тестирование Практические задания
Тема 2	Банковский продукт и концепция банковской технологии маркетинга	Тестирование Практические задания
Тема 3	Политика продаж: ценообразование и система доставки банковских продуктов	Тестирование Практические задания
Тема 4	Методы анализа клиентской базы коммерческого банка	Тестирование Практические задания
Тема 5	Банковская реклама и мероприятия по связям с общественностью	Тестирование Практические задания
Тема 6	Стратегический маркетинг в коммерческом банке	Тестирование Кейс
Тема 7	Бизнес-планирование и специализированные информационные системы	Контрольная работа

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Основная литература:

1. Банки и банковское дело [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / В. А. Боровкова [и др.] ; под ред. В. А. Боровковой. — 3-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 623 с. - Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/B2F5EFC1-3159-448F-9BC3-D2ADFE5AB7C2>, требуется авторизация. — Загл. с экрана.
2. Банковское дело [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Е. Ф. Жуков, Н. Д. Эриашвили. - 3-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 654 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114529>, требуется авторизация. – Загл. с экрана.
3. Тавасиев, А. М. Банковское дело [Электронный ресурс]: учебник / А. М. Тавасиев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 534 с. – Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/459111>, требуется авторизация. — Загл. с экрана.
4. Управление денежными потоками [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / И.Я. Лукасевич: — Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2018.-184с.-Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE».—Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=942744%20k> , требуется авторизация. — Загл. с экрана.