

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.ДВ.16. Маркетинг финансовых услуг

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль): Финансы и кредит
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	41	41
Лекции (час)	28	6
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	10
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	52	92
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)	41	41
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.01
Экономика.

Авторы М.Е. Горчакова, М.Е. Горчакова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
финансов и финансовых институтов

Заведующий кафедрой Т.В. Щукина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины Банковский маркетинг является формирование знаний и умений по банковскому маркетингу; ознакомление студентов с особенностями маркетинга в банковской сфере, особенностями банковского продукта, маркетинговых стратегий и тактик, формирования спроса и стимулирования сбыта, управления маркетингом.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-2	способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-3	способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
ПК-7	способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	З. знать способы сбора, анализа и обработки данных для решения профессиональных задач З. знать функции банковского маркетинга, виды и концепции банковского маркетинга У. уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения задач в профессиональной сфере Н. Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-3 способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	З. знать стратегию разработки новых банковских продуктов З. знать методы ценообразования в коммерческих банках З. знать виды и формы банковской конкуренции З. Знать основные виды инструментальных средств для обработки экономических данных для решения различных задач в сфере профессиональной деятельности У. Уметь анализировать результаты расчетов, полученные с использованием инструментальных средств обработки экономических данных Н. Владеть навыком обоснования выводов, сформулированных по результатам расчетов, проведенных с использованием инструментальных средств
ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные	З. Знать основные принципы построения информационных обзоров и/или аналитических отчетов

источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	У. Уметь подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет по результатам проведенного анализа собранных данных Н. Владеть навыком сбора информации с использованием отечественных и зарубежных источников
--	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Дисциплина по выбору.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Макроэкономика", "Микроэкономика", "Банковская деятельность", "Менеджмент"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	28	6
Практические (сем, лаб.) занятия	28	10
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	52	92
Всего часов	108	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Сущность маркетинга в коммерческом банке	41	2	2	23		1 Тестовое задание. 1 Ответы на вопросы
2	Комплекс маркетинга в коммерческом банке (маркетинг-микс)	41	2	4	23		2 Тестовое задание. 2.3 Ответы на вопросы. 2.1 Ответы на вопросы. 2.2 Ответы на вопросы
3	Сущность страхового	41	1	2	23		3 Тестовое

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	маркетинга						задание. 3 Ответы на вопросы
4	Конкуренция на рынке финансовых услуг	41	1	2	23		4 Аналитическая работа. Решение задач
	ИТОГО		6	10	92		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Сущность маркетинга в коммерческом банке	41	6	6	14		1 Тестовое задание. 1 Ответы на вопросы
2	Комплекс маркетинга в коммерческом банке (маркетинг-микс)	41	10	10	14		2 Тестовое задание. 2.3 Ответы на вопросы. 2.1 Ответы на вопросы. 2.2 Ответы на вопросы
3	Сущность страхового маркетинга	41	6	6	14		3 Тестовое задание. 3 Ответы на вопросы
4	Конкуренция на рынке финансовых услуг	41	6	6	10		4 Аналитическая работа. Решение задач
	ИТОГО		28	28	52		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Сущность маркетинга в коммерческом банке	Факторы, обусловившие появление и развитие банковского маркетинга. Понятие банковского маркетинга. Этапы развития банковского маркетинга за рубежом и в России
2	Сущность маркетинга в коммерческом банке	Цели и задачи банковского маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности в сфере оказания банковских услуг. Виды маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Концепции маркетинговой деятельности в коммерческом банке
3	Подходы к определению понятий банковского продукта и банковской услуги.	Подходы к определению понятий банковского продукта и банковской услуги. Классификация банковских услуг. Базовый и расширенный ассортимент услуг. Продуктовая политика коммерческих банков. Ассортиментная политика банков. Этапы внедрения новых банковских услуг. Объемная политика коммерческих банков. Политика качества банковских услуг
4	Ценовая политика коммерческого банка	Ценовая политика коммерческого банка. Этапы ценообразования в банке. Основные ценообразующие

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		факторы. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги
5	Сбытовая политика коммерческого банка. Коммуникационная политика коммерческого банка	Сбытовая политика коммерческого банка. Система доставки банковских продуктов. Каналы сбыта банковских продуктов и услуг
6	Сущность маркетинга в страховой организации	Цели и задачи страхового маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности в сфере оказания страховых услуг.
7	Банковская конкуренция. Формы и виды банковской конкуренции. Анализ конкуренции на рынке финансовых услуг	Понятие конкуренции на рынке финансовых услуг. Необходимые условия конкуренции. Уровни конкуренции на рынке финансовых услуг.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Факторы, обусловившие появление и развитие банковского маркетинга. Понятие банковского маркетинга.. Факторы, обусловившие появление и развитие банковского маркетинга. Понятие банковского маркетинга. Этапы развития банковского маркетинга за рубежом и в России. Функции банковского маркетинга. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
1	Цели и задачи банковского маркетинга.. Цели и задачи банковского маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности в сфере оказания банковских услуг. Виды маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Концепции маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Разбор примеров по видам и концепциям банковского маркетинга. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии. Тестирование.
2	Подходы к определению понятий банковского продукта и банковской услуги. Классификация банковских услуг. Базовый и расширенный ассортимент услуг. Подходы к определению понятий банковского продукта и банковской услуги. Классификация банковских услуг. Базовый и расширенный ассортимент услуг. Анализ базового и расширенного ассортимента банковских услуг. Обсуждение и выработка критериев качества банковских услуг с точки зрения клиентов. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
2	Продуктовая политика коммерческих банков.. Продуктовая политика коммерческих банков. Ассортиментная политика банков. Этапы внедрения новых банковских услуг. Объемная политика коммерческих банков. Политика качества банковских услуг.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
2	Ценовая политика коммерческого банка. Ценовая политика коммерческого банка. Этапы ценообразования в банке. Основные ценообразующие факторы. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии. Тестирование.
2	Сбытовая и коммуникационные политики коммерческого банка. Сбытовая политика коммерческого банка. Система доставки банковских продуктов. Каналы сбыта банковских продуктов и услуг. Коммуникационная политика коммерческого банка. Виды продвижения банковских продуктов и услуг. Функции, выполняемые продвижением. Персональные продажи. Особенности и формы банковской рекламы. Особенности банковских связей с общественностью. Стимулирование сбыта. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
2	Управление качеством услуг коммерческого банка. Управление качеством банковских услуг Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
2	Клиентоцентричность коммерческого банка. Клиентоцентричность коммерческого банка. Оценка лояльности клиентов банка. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
3	Концепции и этапы развития страхового маркетинга. Концепции и этапы развития страхового маркетинга.
3	Комплекс страхового маркетинга. Комплекс страхового маркетинга
3	Особенности маркетинговой среды страховой организации. Новые направления страхового маркетинга
4	Понятие банковской конкуренции. Понятие банковской конкуренции, условия необходимые для банковской конкуренции, уровни банковской конкуренции. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии.
4	Понятие и виды банковской конкуренции. Виды банковской конкуренции, оценка конкуренции на региональном рынке банковских услуг и на рынке Российской Федерации. Определение конкурентных преимуществ коммерческого банка. Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии. Тестирование.
4	Оценка конкурентоспособности кредитной организации. Оценка конкурентоспособности кредитной организации Проводится в форме семинарского занятия с элементами дискуссии. Решение задач.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Сущность маркетинга в коммерческом банке	ОПК-2	З.знать функции банковского маркетинга, виды и концепции банковского маркетинга	1 Ответы на вопросы	За каждый правильный ответ из пяти заданных вопросов 2 балла (10)
2		ОПК-2	З.знать способы сбора, анализа и обработки данных для решения профессиональных задач У.уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения задач в профессиональной сфере Н.Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач	1 Тестовое задание	За каждое правильно выполненное тестовое задание 1 балл (10)
3	2. Комплекс маркетинга в коммерческом банке (маркетинг-микс)	ОПК-3	З.Знать основные виды инструментальных средств для обработки экономических данных для решения различных задач в сфере профессиональной деятельности	2 Тестовое задание	За каждое правильно выполненное тестовое задание 1 балл (10)
4		ОПК-3	З.знать стратегию разработки новых банковских продуктов	2.1 Ответы на вопросы	За каждый правильный ответ из пяти заданных вопросов 2 балла (10)
5		ОПК-3	З.знать методы ценообразования в коммерческих банках У.Уметь анализировать результаты расчетов, полученные с использованием инструментальных средств обработки экономических	2.2 Ответы на вопросы	За каждый правильный ответ из пяти заданных вопросов 2 балла (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			данных Н. Владеть навыком обоснования выводов, сформулированных по результатам расчетов, проведенных с использованием инструментальных средств		
6		ОПК-3	З. знать виды и формы банковской конкуренции	2.3 Ответы на вопросы	За каждый правильный ответ из пяти заданных вопросов 2 балла (10)
7	3. Сущность страхового маркетинга	ОПК-3	З. Знать основные виды инструментальных средств для обработки экономических данных для решения различных задач в сфере профессиональной деятельности	3 Ответы на вопросы	За каждый правильный ответ из пяти заданных вопросов 2 балла (10)
8		ОПК-3	З. Знать основные виды инструментальных средств для обработки экономических данных для решения различных задач в сфере профессиональной деятельности	3 Тестовое задание	За каждое правильно выполненное тестовое задание 1 балл (10)
9	4. Конкуренция на рынке финансовых услуг	ПК-7	З. Знать основные принципы построения информационных обзоров и/или аналитических отчетов У. Уметь подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет по результатам проведенного анализа собранных данных Н. Владеть навыком сбора информации с использованием	4 Аналитическая работа	Провести анализ конкурентоспособности коммерческого банка и представить результаты. За полную выполнение до 10 баллов (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			отечественных и зарубежных источников		
10		ОПК-2	З.знать способы сбора, анализа и обработки данных для решения профессиональных задач У.уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения задач в профессиональной сфере	Решение задач	За каждую правильно решенную задачу с обоснованиями и выводами до 5 баллов (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: За каждое правильно выполненное зачетное тестовое задание 2 балла.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Знание: знать способы сбора, анализа и обработки данных для решения профессиональных задач

1. Концепции банковского маркетинга

Знание: знать функции банковского маркетинга, виды и концепции банковского маркетинга

2. Понятие и виды банковского маркетинга

Компетенция: ОПК-3 способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы

Знание: знать виды и формы банковской конкуренции

3. Конкурентная позиция банка

Знание: знать методы ценообразования в коммерческих банках

4. Сбытовая политика банка

5. Ценовая политика банка

Знание: Знать основные виды инструментальных средств для обработки экономических данных для решения различных задач в сфере профессиональной деятельности

6. Коммуникационная политика банка

7. Комплекс маркетинга в коммерческом банке

Знание: знать стратегию разработки новых банковских продуктов

8. Продуктовая политика банка

Компетенция: ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Знание: Знать основные принципы построения информационных обзоров и/или аналитических отчетов

9. Анализ банковской конкуренции и рынка банковских услуг

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: За полностью правильный ответ до 40 баллов.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Умение: уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения задач в профессиональной сфере

Задача № 1. оценить продуктовую политику банка

Компетенция: ОПК-3 способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы

Умение: Уметь анализировать результаты расчетов, полученные с использованием инструментальных средств обработки экономических данных

Задача № 2. оценить коммуникационную политику банка

Компетенция: ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Умение: Уметь подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет по результатам проведенного анализа собранных данных

Задача № 3. рассчитать цену банковской услуги

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (20 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: За правильно сделанные расчеты 10 баллов, полнота выводов до 10 баллов.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Навык: Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач

Задание № 1. описать структуру службы банковского маркетинга

Компетенция: ОПК-3 способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы

Навык: Владеть навыком обоснования выводов, сформулированных по результатам расчетов, проведенных с использованием инструментальных средств

Задание № 2. предложить критерии сегментации

Компетенция: ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

Навык: Владеть навыком сбора информации с использованием отечественных и зарубежных источников

Задание № 3. определить конкурентную позицию банка

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 38.03.01 Экономика Профиль - Финансы и кредит Кафедра финансов и финансовых институтов Дисциплина - Маркетинг финансовых услуг
---	---

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. оценить коммуникационную политику банка (40 баллов).
3. определить конкурентную позицию банка (20 баллов).

Составитель _____ М.Е. Горчакова

Заведующий кафедрой _____ Т.В. Щукина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Банковское дело. рек. УМО вузов России по образованию в обл. финансов, учета и мировой экономики. учебник [для вузов]. 10-е изд., перераб. и доп./ О. И. Лаврушин [и др.] - М.: КноРус, 2013.-800 с.
2. Основы банковского дела. допущено М-во образования и науки РФ. учеб. пособие для сред. прф. образования. 4-е изд., перераб. и доп./ Лаврушин О. И. [и др.] - М.: КноРус, 2013.-386 с.
3. Горчакова М.Е. Банковский менеджмент.- 17 с.
4. [Банковский менеджмент \[Электронный ресурс\] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Е.Ф. Жуков \[и др.\] . — 4-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 978-5-238-02175-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71185.html>](http://www.iprbookshop.ru/71185.html)
5. [Банковский менеджмент и маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Э. Рид \[и др.\] . — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2010. — 53 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9781.html>](http://www.iprbookshop.ru/9781.html)

б) дополнительная литература:

1. Жуков Е. Ф. Банковский менеджмент. учеб. для вузов. рек. М-вом образования РФ. 2-е изд., перераб. и доп./ Е. Ф. Жуков.- М.: ЮНИТИ, 2008.-255 с.
2. Галанов В. А. Основы банковского дела. учеб. пособие для сред. проф. образования. допущено М-вом образования и науки РФ/ В. А. Галанов.- М.: ИНФРА-М, 2008.-288 с.
3. Кряжева А.П. Банковское регулирование и надзор.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2015.- 110 с.
4. Татаринова Л.В. Банковское дело.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.- 218 с.// URL: 32753.docx

5. [Банковское дело. Управление и технологии \[Электронный ресурс\] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / . — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 663 с. — 978-5-238-02229-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71190.html>](http://www.iprbookshop.ru/71190.html)
6. [Власова Э.И. Этика делового общения \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Э.И. Власова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2011. — 152 с. — 978-5-7264-0534-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16309.html>](http://www.iprbookshop.ru/16309.html)
7. [Годин А.М. Маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник для бакалавров / А.М. Годин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 656 с. — 978-5-394-02389-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10938.html>](http://www.iprbookshop.ru/10938.html)
8. [Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \[Электронный ресурс\] : учебник / В.Т. Гришина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 446 с. — 978-5-394-02263-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60439.html>](http://www.iprbookshop.ru/60439.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

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

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области макроэкономики, микроэкономики, маркетинга и банковского дела.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- 7-Zip,
- MS Office,
- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий