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

Рабочая программа дисциплины
ОЦ.У.14. Маркетинг банковских услуг

Специальность: 38.02.07 Банковское дело
Направленность (профиль): Банковское дело
Квалификация выпускника: специалист банковского дела
Форма обучения: очная

Курс	2
Семестр	22
Лекции (час)	32
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	32
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	8
Курсовая работа (час)	
Всего часов	72
Зачет (семестр)	22
Экзамен (семестр)	

Программа составлена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.07 Банковское дело.

Автор А.И. Журавлёва

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании цикловой комиссии менеджмента и учетно-экономических дисциплин

1. Цели изучения дисциплины

Цель дисциплины «Маркетинг банковских услуг»: формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков по формированию концепции маркетинга банковских услуг.

Дисциплина «Маркетинг банковских услуг» включена в вариативную часть общепрофессионального цикла.

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
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно
ПК 3.1	Проводить консультирование клиентов по основным банковским продуктам и услугам

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУОП
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно	З. порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ПК 3.1 Проводить консультирование клиентов по основным банковским продуктам и услугам	З. приемы коммуникации;
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно	У. выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
ПК 3.1 Проводить консультирование клиентов по основным банковским продуктам и услугам	У. собирать и использовать информацию с целью поиска потенциальных клиентов;

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Менеджмент", "Основы банковского дела"

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Технология выполнения работ по должности служащего "Агент банка""

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 2 зач. ед., 72 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	32
Практические (сем, лаб.) занятия	32
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	8
Всего часов	72

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

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Основное содержание банковского маркетинга	22	8	8		4	Контрольная работа 1. Практическая работа 1
2	Маркетинговая информация в деятельности российских банков	22	6	8			Контрольная работа 2. Практическая работа 2. Практическая работа 3
2.2	Самостоятельная работа студента Маркетинговое исследование рынка банковских карт	22			4		Самостоятельная работа студента 1
3	Комплекс маркетинга в деятельности российских банков	22	10	4			Контрольная работа 3 по теме 3-4. Практическая работа 4
3.4	Самостоятельная работа студента Обследование рынка банковских продуктов на предмет ценовых расхождений сопоставимых продуктов	22			4		Самостоятельная работа 2
4	Управление банковским маркетингом	22	8	12			Контрольная работа 4. Практическая работа 5.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							Практическая работа 6
	ИТОГО		32	32	8	4	

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1.1	Понятие банковского маркетинга	Понятие банковского маркетинга. Цель, задачи, основные принципы банковского маркетинга. Специфика и концепции банковского маркетинга. Взаимосвязь элементов маркетинговой системы банка.
1.2	Понятие банковского продукта и банковской услуги	Понятие банковского продукта и банковской услуги. Основные виды банковских продуктов и услуг. Специфические характеристики банковских услуг. Специфика банковского продукта и его уровни. - Целевые рынки и сегментация. Метод сегментации рынка и его свойства. Основные принципы сегментирования и их признаки. Сегментирование рынка физических и юридических лиц
1.3	Понятие позиционирования	Понятие позиционирования. Основания для позиционирования товара. Карты позиционирования
1.4	Модель покупательского поведения	Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку
2.1	Составляющие маркетинговой среды банка	Составляющие маркетинговой среды банка, их взаимосвязь. Анализ рыночных возможностей – основа маркетинговой деятельности банка. Маркетинговая информация – её цель, задачи, свойства и источники получения
2.2	Этапы и методы проведения маркетингового исследования	Этапы и методы проведения маркетингового исследования. Информационная база маркетингового исследования. Инструментарий маркетингового исследования
2.3	Конъюнктура рынка	Конъюнктура рынка. Оценка текущего спроса. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях. Методы расчета емкости рынка. Методы анализа рыночной ситуации
3.1	Понятие услуги-новинки	Понятие услуги-новинки. Основные этапы разработки новой банковской услуги. Понятие жизненного цикла услуг и характеристика его стадий
3.2	Понятие товарного ассортимента	Понятие товарного ассортимента, его характеристики, формирование, планирование ассортимента. Товарно- знаковая символика. Товарный знак, его значение и требование к нему. Фирменное имя товара. Требование к упаковке и маркировке
4.1	Понятие ценовой политики банка	Понятие ценовой политики банка, цели и факторы, влияющие на решения по цене: внутренние и внешние. Методы ценообразования в банке
4.2	Процесс установления цены	Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы
4.3	Соотношения цена/	Соотношения цена/ качество. Основные стратегии

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	качество	ценообразования (стратегия высоких цен, стратегия низких цен, стратегия ценового лидера, стратегия рыночных цен), условия их применения. Возможности изменения цен на разных этапах ЖЦТ. Стратегия инициативного изменения цен. Реакции предприятия на изменения цен конкурентов
5.1	Сбытовая политика банка	Сбытовая политика банка. Условия сбыта услуг: Каналы распределения услуг. Системы распространения услуг банка. Типы автоматизированных банков. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа
5.2	Инновационные методы распространения банковских услуг	Инновационные методы распространения банковских услуг. Комплекс стимулирования сбыта, его элементы. Способы общения с клиентурой банка. Основные направления стимулирования сбыта
5.3	Система мероприятий PR (Паблик рилейшнз)	Система мероприятий PR (Паблик рилейшнз)/ Рекламная политика банка, цели рекламной политики банка, рекламные кампании банка
6.1	Основные организационные службы маркетинга	Основные организационные службы маркетинга, их структурные построения и специфика организационной структуры службы маркетинга в банке. Интернет-маркетинг в маркетинговой деятельности банка

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Практическая работа. Анализ банковских продуктов / Исследовательская работа с помощью интернет ресурсов
1	Практическая работа. Разработка карты позиционирования банка / работа в малых группах
1	Практическая работа. Деловая игра «Сегментирование рынка банковских услуг»
1	Практическая работа. Исследование потребительского поведения клиентов банка / кейс метод
2	Практическая работа. Исследование системы банковской маркетинговой информации / Метод сравнения с использованием эл. Ресурсов Банки.ру, Сравни.ру
2	Практическая работа. Анализ особенностей маркетинговой среды в деятельности банков / индивидуальная практическая работа
2	Практическая работа. Определение и анализ конкуренции и стратегии конкурента / аналитическая работа
2	Практическая работа. Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования
3	Практическая работа. Разработка услуги-новинки или новинки-банковской услуги / Работа в малых группах
3	Практическая работа. Сравнение ценовой политики на рынке банковских услуг / индивидуальная практическая работа
4	Практическая работа. Изучение методов распространения банковских услуг

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	/ Использование кейс-метода
4	Практическая работа. Определение коммуникационной политики на рынке банковских услуг / исследовательская работа
4	Практическая работа. Разработка и подготовка рекламы - основного инструмента продвижения банковского продукта / работа в малых группах
4	Практическая работа. Разработка программы продвижения банка / индивидуальная практическая работа
4	Практическая работа. Изучение системы планирования в системе управления банковским маркетингом / кейс метод
4	Практическая работа. Изучение структуры маркетинговой службы банка / аналитическая работа

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	(ЗУОП: (З.1...З.п, У.1...У.п, ОП.1...ОП.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. Основное содержание банковского маркетинга	ОК 01	З.порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Контрольная работа 1	за каждый правильный ответ 1 балл (10)
2		ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Практическая работа 1	работа выполнена правильно 5 баллов, работа содержит не более 1 замечания - 4 балла, работа содержит не более 2-х замечаний -3 балла, более 2-х замечаний 2 балла (5)
3	2. Маркетинговая информация в деятельности российских банков	ОК 01	З.порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Контрольная работа 2	за каждый правильный ответ 1 балл (10)
4		ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Практическая работа 2	работа выполнена правильно 5 баллов, работа содержит не

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУОП: (З.1...З.п, У.1...У.п, ОП.1...ОП.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)
			проблемы		более 1 замечания - 4 балла, работа содержит не более 2-х замечаний -3 балла, более 2-х замечаний 2 балла (5)
5		ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Практическая работа 3	работа выполнена правильно 5 баллов, работа содержит не более 1 замечания - 4 балла, работа содержит не более 2-х замечаний -3 балла, более 2-х замечаний 2 балла (5)
6	2.2. Самостоятельная работа студента Маркетинговое исследование рынка банковских карт	ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Самостоятельная работа студента 1	15 баллов - реферат выполнен с соответствии с заданием, может обосновать свои суждения, 12 баллов - реферат выполнен в соответствии с заданием, но обоснования недостаточны, 9 баллов -реферат выполнен, но не в соответствии с заданием, обоснований не достаточно для заключения, 6 балла- реферат выполнен не в соответствии с заданием, не даны обоснования проведенного заключения. - баллов - реферат

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУОП: (З.1...З.п, У.1...У.п, ОП.1...ОП.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)
					не выполнен. (15)
7	3. Комплекс маркетинга в деятельности российских банков	ОК 01	3.порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Контрольная работа 3 по теме 3-4	1 балл за каждый правильный ответ (10)
8		ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Практическая работа 4	таблица заполнена полностью, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения – 5 баллов, таблица заполнена полностью, однако в пояснении и обосновании сделанного заключения допущены неточности -4 балла, таблица заполнено не до конца, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя – 3 балла, таблица заполнено наполовину, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению, 0 баллов таблица не сделана (5)
9	3.4. Самостоятельная работа студента Обследование рынка банковских продуктов на предмет ценовых	ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Самостоятельная работа 2	15 баллов обследование выполнено, выводы сделаны, 12 баллов - обследование выполнено, выводы не

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУОП: З.1...З.п, У.1...У.п, ОП.1...ОП.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)
	расхождений сопоставимых продуктов				отвечают запросу исследования, 9 баллов - обследование выполнено не в соответствии с запросом, 6 баллов - обследование выполнено не по теме, выводы не сделаны, 0 баллов - обследование не сделано. (15)
10	4. Управление банковским маркетингом	ПК 3.1	З.приемы коммуникации;	Контрольная работа 4	1 балл за каждый правильный ответ (10)
11		ПК 3.1	У.собирать и использовать информацию с целью поиска потенциальных клиентов;	Практическая работа 5	Критерии оценки: Реклама создана при этом: - определена целевая аудитория, для которой создается реклама – (от 0 до 5 баллов); - указана проблема, которую должен решить банковский продукт – (от 0 до 5 баллов); - придуман лозунг, отражающий побуждение к действию – (от 0 до 5 баллов); - придумана иллюстрация, призванная быть запоминающимся образом – (от 0 до 5 баллов); - реклама оригинальная (не использован метод

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУОП: (З.1...З.п, У.1...У.п, ОП.1...ОП.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)
					заимствования) – (от 0 до 5 баллов). Оценка производится на основе среднеарифметической всех полученных оценок. Оценка производится 3 оценочными группами. (5)
12		ОК 01	У.выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы	Практическая работа 6	5 баллов - схема нарисована и соответствует структуре службы банка, 4 балла - схема соответствует службам банка, однако не отвечает их функционалам, 3 балла - структура не отражена в схеме, 0 баллов схема не сделана. (5)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 22.

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.02.07 Банковское дело
Профиль - Банковское дело
Цикловая комиссия менеджмента и
учетно-экономических дисциплин
Дисциплина - Маркетинг банковских
услуг

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. задание на умение (60 баллов).

Составитель _____ А.И. Журавлёва

Председатель цикловой комиссии _____

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

а) основная литература:

1. [Алешин В.А. Финансовый маркетинг \[Электронный ресурс\] / В.А. Алешин, А.И. Зотова, Д.А. Шевченко. – Ростов-н/Д: Издательство Южного федерального университета, 2011. – 158 с. – URL: http://www.iprbookshop.ru/47188.html \(14.09.2018\)](http://www.iprbookshop.ru/47188.html)
2. [Кушу С.О. Банковский менеджмент и маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / С.О. Кушу. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 72 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/64314.html](http://www.iprbookshop.ru/64314.html)

б) дополнительная литература:

1. [Аливанова С. В. , Куренная В. В. , Чередниченко О. А. , Рыбасова Ю. В. Маркетинг. Основы маркетинга: учебное пособие, Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438721&sr=1 \(14.10.2016\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438721&sr=1)
2. [Тавасиев, А. М. Банковское дело : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Тавасиев. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 546 с. — \(Профессиональное образование\). — ISBN 978-5-534-16643-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт \[сайт\]. — URL: https://urait.ru/bcode/567413](https://urait.ru/bcode/567413)

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
- Журнал "Новый маркетинг", адрес доступа: <http://marketing.web-standart.net>. доступ неограниченный
- Журнал »Маркетинг в России и за рубежом», адрес доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/>. доступ неограниченный
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Сайт ЦБ РФ, адрес доступа: <http://www.cbr.ru/publ>. 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 Экономики.

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);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения 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 и лабораторным работам;
- 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:

- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,
- MS Office,

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,
- Кабинет основ маркетинга