**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

**Кафедра Финансы и кредит**

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
_____ Сюркова С.М._
(подпись) (Ф. И.О.)

Протокол заседания кафедры №10
от «17 » июня 2021 г.

# Рабочая программа дисциплины

| | |
|---|---|
| Наименование дисциплины | Банковский маркетинг |
| Направление подготовки | 38.03.01 Экономика |
| Профиль подготовки | Финансы и кредит |
| Год набора | 2021 |

Составитель:

к.э.н., доцент Рахимова Г.С.

Казань

## СОДЕРЖАНИЕ

1.Цели и задачи учебной дисциплины
2.Место дисциплины в структуре ОПОП
3.Требования к результатам освоения дисциплины
4.Структура и содержание дисциплины
4.1Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций
4.2Содержание дисциплины по темам (разделам)
4.3 Планы практических и семинарских занятий
5.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
6.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
7.Материально-техническое обеспечение дисциплины
8.Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Приложение 1 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приложение 2 Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.

## 1. Цели и задачи учебной дисциплины

Дисциплина «Банковский маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и формирующей у обучающихся готовность к решению профессиональных задач.

Целью освоения дисциплины «Банковский маркетинг» является изучение основных категорий, понятий, и терминов, раскрывающих принципы и методы банковского маркетинга.

Задачами дисциплины «Банковский маркетинг» являются:

- ознакомление студентов с основами теории и практики современного банковского маркетинга;
- формирование навыков маркетинговой деятельности, умения проводить маркетинговые исследования и давать рекомендации руководству кредитных организаций по корректировке маркетинговой стратегии и тактики в условиях меняющейся маркетинговой среды.

## 2.Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана подготовки бакалавра по направлению 38.03.01 «Экономика» и находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:

Обеспечивающие учебные дисциплины:

- Учебная практика (ознакомительная практика)

**БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ**

Обеспечиваемые учебные дисциплины:

- Профессиональная деятельность на финансовом рынке
- Организация деятельности коммерческого банка
- Производственная практика (Преддипломная практика)

После изучения дисциплины «Банковский маркетинг» у студента должны быть сформированы компоненты компетенции для следующих дисциплин:

ПК-2: способен анализировать конкурентную среду, состояние цен на продукты и услуги, стратегии и методы ценообразования.

## 3 Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Банковский маркетинг» участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС 3++ по направлению «Экономика».

**ПК-2** «способен анализировать конкурентную среду, состояние цен на продукты и услуги, стратегии и методы ценообразования»

Декомпозиция компетенций

| Индикаторы | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ПК-2.1 «Анализирует конкурентную среду хозяйствующего субъекта» | ПК-2.ПК-2.1. З.6 Знает основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. У.6 Умеет анализировать конкурентную среду коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. В.6 Владеет навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка |
| ПК-2.2 «Анализирует состояние цен на продукты и услуги в сфере профессиональной деятельности с помощью data-driven подхода» | ПК-2.ПК-2.2. З.12 Знает методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. У.12 Умеет анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. В.12 Владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги; |
| ПК-2.3 «Проводит анализ и оценку стратегий и методов ценообразования в сфере профессиональной деятельности» | ПК-2.ПК-2.3. З.19 Знает теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3. У.19 Умеет проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3. В.19 Владеет навыками анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования; |

Этапы формирования компонент выбранных компетенций в части знаний, умений, навыков, можно проследить по Пояснительной записке и модульно-тематическому плану.

## 4. Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины по очному, очно-заочному и заочному обучению составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

| Модульная разбивка учебной дисциплины | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Направление Экономика<br>Дисциплина «Банковский маркетинг» | | | | | | |
| № | Наименование модулей | Количество аудиторных часов | | Самостоятельная работа | Всего часов | Индикаторы компетенции |
| | | Лекционное | Практическое | | | |
| Модуль 1 | | | | | | |
| 1 | Особенности банковского маркетинга | 1* /0/0 | 3*/1/1 | 1 /5/5 | 5/6/6 | ПК-2.1 З.6, У.6, ПК-2.2 З.12, У.12, ПК-2.3 З.19, У.19, |
| 2 | Анализ рынка банковских услуг | 2 /1/1 | 4/1/1 | 2 /7/7 | 8/9/9 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| 3 | Банковский маркетинг по видам операций | 2 */1/1 | 3 /1/0 | 2/6/7 | 7/8/8 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| 4 | Продвижение банковских услуг на рынке | 2/0/0 | 4 /1/1 | 2/6/6 | 8/7/7 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| | Модуль 2 | | | | | |
| 5 | Банковская реклама | 2*/1/1 | 4* /1/1 | 2/6/6 | 8/8/8 | ПК-2.1 З.6, У.6, ПК-2.2 З.12, У.12, ПК-2.3 З.19, У.19 |
| 6 | Предпосылки разработки новых банковских продуктов | 2 /1/1 | 3 /1/1 | 2 /5/5 | 7/7/7 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| 7 | Технологии проектирования банковских продуктов | 2 /0/0 | 3 /1/1 | 2 /5/5 | 7/6/6 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| 8 | Финансовый инжиниринг как способ | 1 /0/0 | 3 /1/0 | 2 / 5/6 | 6/6/6 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | продвижения новых банковских продуктов | | | | | У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| Модуль 3 | | | | | | |
| 9 | Организационные структуры банковского маркетинга | 1/0/0 | 3 /0/0 | 2/ 5/5 | 6/5/5 | ПК-2.1 З.6, У.6, В.6 ПК-2.2 З.12, У.12, В.12 ПК-2.3 З.19, У.19, В.19 |
| | Зачет | | | 10 | 10 | |
| | Всего | 15/ 4/4 | 30/8/6 | 27/60/62 | 72 | |

*Данная тема изучается с помощью интерактивных методов обучения

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
## С ЭТАПАМИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Данный модульный курс состоит из 3 модулей, порядок освоения которых выстраивает образовательную траекторию и этапы формирования составляющих заявленных компетенций

**Модуль 1 .**

В результате прохождения первого модуля студент должен:

– знать основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. З.6);
– уметь анализировать конкурентную среду коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. У.6);
– владеть навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. В.6);
– знать методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. З.12);
– уметь анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. У.12) ;
– владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. В.12) ;
– знать теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. З.19) ;
– уметь проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. У.19);
– владеет навыками анализа и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. В.19).

Уровень освоения проверяется решением практической задачи с индивидуальным заданием каждой малой группе.

**Модуль 2.**

В результате прохождения второго модуля студент должен:

– знать основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. З.6);
– уметь анализировать конкурентную среду коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. У.6);
– владеть навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. В.6);
– знать методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. З.12);
– уметь анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. У.12) ;

– владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. В.12) ;

– знать теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. З.19) ;

– уметь проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. У.19);

– владеет навыками анализа и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. В.19).

По результатам освоения модуля проводится устный опрос решаются практические задачи.

**Модуль 3.**

В результате прохождения третьего модуля студент должен:

– знать основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. З.6);

– уметь анализировать конкурентную среду коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. У.6);

– владеть навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка (ПК-2.ПК-2.1. В.6);

– знать методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. З.12);

– уметь анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. У.12) ;

– владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги (ПК-2.ПК-2.2. В.12) ;

– знать теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. З.19) ;

– уметь проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. У.19);

– владеет навыками анализа и оценку банковских стратегий и методов ценообразования (ПК-2.ПК-2.3. В.19).

По результатам освоения модуля проводится устный опрос решаются практические задачи.

## 4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

### Тема 1. Особенности банковского маркетинга

Цель и задачи дисциплины. Место дисциплины в структуре образовательной программы. Планируемые результаты освоения дисциплины.

Предпосылки возникновения банковского маркетинга. Этапы реформы кредитной системы РФ и развитие маркетинга в банках. Специфика банковского маркетинга. Особенности банковской продукции и банковский маркетинг. Принципы банковского маркетинга. Система и подсистемы маркетинга в кредитных организациях.

### Тема 2. Анализ рынка банковских услуг

Рынок банковских услуг и его сегментация. Понятие банковского сегмента и признаки сегментации. Сегментация рынка банковских услуг по географическому и поведенческому признакам. Оптовые и розничные рынки банковских услуг. Рыночно-производственные характеристики и показатели услуг и конкуренции. Понятие ниши рынка. Горизонтальные и вертикальные ниши рынка банковских услуг. Методика определения роли банка на рынке банковских услуг.

### Тема 3. Банковский маркетинг по видам операций

Методические подходы к реализации банковского маркетинга по операциям. Маркетинг расчетно-кассовых операций. Маркетинг депозитных операций. Маркетинг кредитных операций. Маркетинг факторинговых и лизинговых операций. Маркетинг забалансовых операций.

### Тема 4. Продвижение банковских услуг на рынке

Цели банковской деятельности по продвижению услуг. Методы продвижения банковских услуг. Виды стратегии банка на рынке. Стратегия

развития. Стратегия диверсификации. Разработка плана маркетинга. Методы маркетинговой деятельности и реализация маркетинговых мероприятий.

### Тема 5. Банковская реклама

Цели банковской рекламы. Содержание банковской рекламы. Формы банковской рекламы. Наружная реклама. Прямая почтовая реклама. Телереклама. Новые средства и методы банковской рекламы. Объекты воздействия рекламы кредитных организаций. Формирование и ревизия имиджа банка. Банковский слоган.

### Тема 6. Предпосылки разработки новых банковских продуктов

Маркетинг клиента. Этапы разработки новых банковских продуктов. Оценка бизнес- потенциала и возможностей клиента. Финансово-экономические ограничения банка. Моделирование банковского продукта. Разработка банковского технологического уклада. Бизнес-диагностика клиента.

### Тема 7. Технологии проектирования банковских продуктов

Категория и содержание банковского продукта. Пакетирование банковских продуктов. Обслуживание банковских продуктов. Ввод банковского продукта в деловой оборот банка. Использование банковской логистики при проектировании банковских продуктов. Характеристика банковской финансовой технологии. Гибкие депозитные счета.

### Тема 8. Финансовый инжиниринг как способ продвижения новых банковских продуктов

Понятие финансового инжиниринга. Механизм разработки схем финансового инжиниринга. Изучение нужд и потребностей клиентов. Эффективность схем финансового инжиниринга. Оптимизация отношений банка и клиента. Венчурные, портфельные и стратегические клиенты. Банковский маркетинг и изменение делового уклада банка.

**Тема 9. Организационные структуры банковского маркетинга**

Традиционные организационные структуры. Использование матричных организационных структур при организации банковского маркетинга. Фокус-группы (программно-целевые группы). Назначение и обязанности фокус-групп. Менеджеры счетов. Менеджеры услуг. Менеджмент контроля при проведении комплекса маркетинга в кредитной организации.

## 4.3 ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Тема 1.Особенности банковского маркетинга**

Вопросы для обсуждения

1. Предпосылки возникновения банковского маркетинга.
2. Этапы реформы кредитной системы РФ и развитие маркетинга в банках.
3. Специфика банковского маркетинга.
4. Особенности банковской продукции и банковский маркетинг.
5. Принципы банковского маркетинга.
6. Система и подсистемы маркетинга в кредитных организациях.

**Тема 2. Анализ рынка банковских услуг**

Вопросы для обсуждения

1. Рынок банковских услуг и его сегментация.
2. Понятие банковского сегмента и признаки сегментации.
3. Сегментация рынка банковских услуг по географическому и поведенческому признакам.
4. Оптовые и розничные рынки банковских услуг.
5. Рыночно-производственные характеристики и показатели услуг и конкуренции.
6. Понятие ниши рынка.
7. Горизонтальные и вертикальные ниши рынка банковских услуг.

Методика определения роли банка на рынке банковских услуг.

**Тема 3. Банковский маркетинг по видам операций**

Вопросы для обсуждения

1. Методические подходы к реализации банковского маркетинга по операциям.
2. Маркетинг расчетно-кассовых операций.
3. Маркетинг депозитных операций.
4. Маркетинг кредитных операций.
5. Маркетинг факторинговых и лизинговых операций.
6. Маркетинг забалансовых операций.

**Тема 4. Продвижение банковских услуг на рынке**

Вопросы для обсуждения

1. Цели банковской деятельности по продвижению услуг.
2. Методы продвижения банковских услуг.
3. Виды стратегии банка на рынке.
4. Стратегия развития.
5. Стратегия диверсификации.
6. Разработка плана маркетинга.
7. Методы маркетинговой деятельности и реализация маркетинговых мероприятий

**Тема 5. Банковская реклама**

Вопросы для обсуждения

1. Цели банковской рекламы.
2. Содержание банковской рекламы.
3. Формы банковской рекламы.
4. Наружная реклама.
5. Прямая почтовая реклама.
6. Телереклама.

7. Новые средства и методы банковской рекламы.
8. Объекты воздействия рекламы кредитных организаций.
9. Формирование и ревизия имиджа банка.
10. Банковский слоган.

**Тема 6. Предпосылки разработки новых банковских продуктов**

Вопросы для обсуждения

1. Маркетинг клиента.
2. Этапы разработки новых банковских продуктов.
3. Оценка бизнес-потенциала и возможностей клиента.
4. Финансово-экономические ограничения банка.
5. Моделирование банковского продукта.
6. Разработка банковского технологического уклада.
7. Бизнес-диагностика клиента

**Тема 7. Технологии проектирования банковских продуктов**

Вопросы для обсуждения

1. Категория и содержание банковского продукта.
2. Пакетирование банковских продуктов.
3. Обслуживание банковских продуктов.
4. Ввод банковского продукта в деловой оборот банка.
5. Использование банковской логистики при проектировании банковских продуктов. Характеристика банковской финансовой технологии.
6. Гибкие депозитные счета.

**Тема 8. Финансовый инжиниринг как способ продвижения новых банковских продуктов**

Вопросы для обсуждения

1. Понятие финансового инжиниринга.
2. Механизм разработки схем финансового инжиниринга.

3. Изучение нужд и потребностей клиентов.
4. Эффективность схем финансового инжиниринга.
5. Оптимизация отношений банка и клиента.
6. Венчурные, портфельные и стратегические клиенты.
7. Банковский маркетинг и изменение делового уклада банка.

**Тема 9. Организационные структуры банковского маркетинга**

Вопросы для обсуждения

1. Традиционные организационные структуры.
2. Использование матричных организационных структур при организации банковского маркетинга.
3. Фокус-группы (программно- целевые группы).
4. Назначение и обязанности фокус-групп.
5. Менеджеры счетов.
6. Менеджеры услуг.
7. Менеджмент контроля при проведении комплекса маркетинга в кредитной организации.

## 5. Учебно – методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Методические рекомендации преподавателю по организации самостоятельной работы студентов

В процессе самостоятельного изучения студент обязан проработать перечисленные ниже темы, углубления теоретических знаний и практических навыков на основании методических рекомендаций по самостоятельной работе.

Самостоятельная работа студентов регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы, подготовку к семинарским занятиям индивидуальном и

групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки использования литературы времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углубленного изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на семинарских на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

При подготовке к семинарским занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым семинарским занятием студент изучает план семинарского занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на семинар материалу. Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию и выполнению домашних заданий:

-проработать конспект лекций;

-проанализировать основную и дополнительную литературу,

рекомендованному по изучаемому разделу (модулю);

-изучить решения типовых задач;

-решить заданные домашние задания;

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашние задания» для закрепления пройденного материала.

Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на семинар или на индивидуальные консультации. Контрольные работы состоят из вопросов и задач, аналогичным задачам домашних заданий. Они оцениваются по 100 бальной системе в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации учебного процесса и оценки успеваемости студентов и выполняются в учебные часы по расписанию в виде письменного решения

индивидуальных контрольных заданий. Выше по разделам проводились примерные варианты контрольных заданий.

Для более глубокого освоения дисциплины студентам рекомендуется больше решать задач из базового учебного пособия и задачника с тестами из списка основной литературы.

На семинарских занятиях приветствуется способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективное решение поставленных проблем.

ТЕМЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ

1. Определение маркетинговых возможностей банка. Значение отчетности в деятельности банка. Анализ баланса банка
2. Содержание и роль аналитической работы в банке
3. Основные черты и виды информации, ее источники. Сбор и анализ информации
4. Анализ рынка, его сегментация. Определение конкурентной позиции банка. Концепция пяти сил конкуренции М. Портера
5. Понятие банковской стратегии. Пирамида целей
6. Конкурентные стратегии банка М. Портера, И. Ансоффа и др.
7. Концепция жизненного цикла банковского продукта
8. Товарная и объемная политика банка
9. Ценовая политика банка
10. Сбытовая политика банка
11. Коммуникационная политика банка, ее инструменты
12. Деятельность маркетинговой службы банка

## Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

***Основная литература*:**

1. 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

2. Мягкова Т.Л. Банковское дело [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Т.Л. Мягкова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Корпорация «Диполь», 2015. — 212 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/30497.html

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433737

4. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450381

***Дополнительная литература:***

1. Банковское дело : учебник для бакалавров / Н. Н. Наточеева, Ю. А. Ровенский, Е. А. Звонова [и др.] ; под редакцией Н. Н. Наточеевай. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, 2019. — 270 с. — ISBN 978-5-394-03046-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/85653.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. 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

3. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425984

4. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450037

5. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450620

***Интернет-ресурсы:***

1. www.tisbi.ru Электронная библиотека Университета управления «ТИСБИ»
2. www.iprbookshop.ru Электронно-библиотечная система «IPRbooks»»
3. garant.ru - Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации, разрабатываемая ООО НПП «Гарант-Сервис-Университет»
4. http://www.cbr.ru - Центральный банк Российской Федерации (Банк России)
5. http://www.minfin.ru – Министерство финансов России.
6. http://www.naloq.ru – Министерство по налогам и сборам России.
7. http://www.qks.ru – Госкомстат России и Татарстана
8. http://www.worldbank.ru – Всемирный банк.
9. http://www.imf.ru – Международный валютный фонд.
10. http://www.economy.gov.ru/minec/main - Министерство экономического развития РФ
11. fssprus.ru - Федеральная служба судебных приставов
12. customs.ru – Федеральная таможенная служба
13. palata-nk.ru – Палата налоговых консультантов
    government.ru - Правительство Российской Федерации

## 7.Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, видеопроекционное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления "ТИСБИ".

## 8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки результатов обучения рекомендуется использовать модульно-рейтинговую систему оценивания знаний, умений и навыков студентов по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса.

Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене (зачете).

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$C = \frac{M_1 + M_2 + ...M_n}{n} \times 0{,}6$, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$З = К \times 0{,}4$, где К - количество баллов на экзамене (зачете);

$И = С + З + П$, где П – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по таблицам Оценка уровня сформированности компетенции ПК-2 «способен анализировать конкурентную среду, состояние цен на продукты и услуги, стратегии и методы ценообразования»:

**Оценка сформированности компетенции ПК-2 «способен анализировать конкурентную среду, состояние цен на продукты и услуги, стратегии и методы ценообразования» в части дисциплины «Банковский маркетинг»**

| № п/п | Уровни сформированности компетенции | Основные признаки уровня | Инструменты оценки сформированности уровня |
|---|---|---|---|
| 1 | **Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов) | *Обладает признаками порогового уровня*<br>ПК-2.ПК-2.1. З.6 Знает основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. У.6 Умеет анализировать конкурентную среду коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.2. З.12 Знает методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. У.12 Умеет анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.3.З.19 Знает теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3.У.19 Умеет проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов | Выступление на семинаре<br>Индивидуальные домашние задания<br>Реферат<br>Контрольная работа<br>Зачет |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ценообразования; | |
| 2 | **Базовый уровень (относительно порогового уровня)**<br>**(**От 71 до 85 баллов**)** | *Обладает признаками базового уровня*<br>ПК-2.ПК-2.1. З.6 Знает основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. У.6 Умеет анализировать конкурентную среду коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1.В.6 Владеет навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.2. З.12 Знает методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. У.12 Умеет анализировать состояние цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. В.12 Владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.3. З.19 Знает теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3. У.19 Умеет проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования; | Реферат<br>Контрольная работа<br>Зачет |
| 3 | **Повышенный уровень (относительно порогового уровня)**<br>(От 86 до 100 баллов) | *Обладает признаками повышенного уровня*<br>ПК-2.ПК-2.1. З.6 Знает основы проведения анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. У.6 Умеет анализировать конкурентную среду коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.1. В.6 Владеет навыками анализа конкурентной среды коммерческого банка<br>ПК-2.ПК-2.2. З.12 Знает методы анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2. У.12 Умеет анализировать состояние цен на | Контрольная работа<br>Зачет |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.2.В.12 Владеет навыками анализа состояния цен на банковские продукты и услуги;<br>ПК-2.ПК-2.3. З.19 Знает теоретические аспекты анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3. У.19 Умеет проводить анализ и оценку банковских стратегий и методов ценообразования;<br>ПК-2.ПК-2.3. В.19 Владеет навыками анализа и оценки банковских стратегий и методов ценообразования; | |

Приложение 1

**Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с программой учебной дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплин «Профессиональная деятельность на финансовом рынке», «Организация деятельности коммерческого банка».

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций: ПК-2. И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на выявление способностей на основе изучения отечественных и зарубежных источников информации, делать обоснованные выводы, представлять обоснованные рекомендации; рассчитывать риски и социально-экономические последствия представленных решений.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую документацию. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы. Решение задач, приведенных в программе учебной дисциплины обязательно.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать

заявленные компетенции. При проведении занятий с помощью интерактивных технологий группа разбивается на три – четыре команды. Каждая команда обеспечивается необходимой документацией. Занятие проводится в постоянном сравнении проделанной работы и выступлении участников команд.

По каждому пакету документов участники команд разрабатывают управленческое решение путем мозгового штурма, готовят презентацию с обоснованием выбранного управленческого решения в банковско-кредитной сфере и решения по мировым финансовым рынкам. Закончить презентацию или отчет необходимо определением рисков и социально-экономических последствий. В результате каждая из команд выносит на всеобщее обсуждение свои результаты и может быть оценена как со стороны преподавателя, так и со стороны студентов другой команды.