

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Амурский государственный университет»

Кафедра Финансов

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Банковский маркетинг**

Основной образовательной программы по специальности

080105.65 «Финансы и кредит»

Благовещенск 2012

УМКД разработан старшим преподавателем Москвитиной С.А.

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры Финансов

Протокол заседания кафедры от « 26 » 11 2012 г. № 4

*ref*

**УТВЕРЖДЕН**

Протокол заседания УМСН по специальности 080105.65 «Финансы и кредит»

От «26» 11 2012 г. № 4  
Председатель УМСН *ref* / *ЮА Ковыгина*

## СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИЙ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	6
5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА	7
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	8
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Осваивается студентами на 4 курсе в 8 семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины 110 часа.

Из них лекций 16 часов, Практические (семинарские) занятий 16 часов,

Самостоятельная работа 40 часов, Итоговый контроль - экзамен в 8 семестре.

### **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель дисциплины** - получение базовых знаний в области маркетинговой деятельности субъектов банковского рынка.

**Задачи** изучения дисциплины:

- формирование умений практического применения теоретических знаний по банковскому маркетингу;
- использование навыков маркетинговой работы в банках.

#### **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

Изучение дисциплины основывается на знаниях студентов, полученных по курсу «Маркетинг», «Банковское дело», «Ценообразование», «Деньги, кредит, банки».

Дисциплина «Банковский маркетинг» согласно учебного плана специальности 080105.65 (060400) «Финансы и кредит» относится к циклу специальных дисциплин (СД.В.2). Дисциплина «Банковский маркетинг» служит основой для успешного прохождения производственной и преддипломной практик, итоговой государственной аттестации.

### **2. ТРЕБОВАНИЯ К ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Знать:** - особенности функционирования маркетинга в банковской сфере;

- методику проведения маркетинговых исследований;
- особенности продуктового ряда банковских продуктов;
- составные части коммуникационной политики банка.

**Уметь:** - проводить маркетинговые исследования по основным направлениям развития банковского рынка;

- оценивать конъюнктуру и привлекательность рынка;
- сегментировать рынок банковских услуг.

**Владеть:**

- навыками проведения отбора целевых сегментов;
- приемами планирования рекламного бюджета банка;
- способами оценки эффективности банковской рекламы.

**Основные формы занятий:** - лекции;

- практические занятия;

-самостоятельная работа.

**Формы контроля:** экспресс-опрос, тест-контроль; экзамен.

**Оценка знаний** студентов по курсу «Банковский маркетинг» проводится в форме тестирования.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс «Банковский маркетинг» относится к блоку дисциплин специализации 080105.65 по выбору. Государственного стандарта по дисциплине нет.

Программа курса «Банковский маркетинг» рассматривает:

- особенности развития, функции, принципы и цели финансового и банковского маркетинга;
- маркетинговые исследования в банковской сфере;
- сегментирование рынка банковских услуг;
- особенности банковского продукта;
- развитие конкуренции в финансовой сфере;
- коммуникационную политику банка.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Семинар	СРС	Всего	
1.	Теоретические аспекты банковского маркетинга	8	1	2	2	5	11	
2.	Маркетинговые исследования рынка банковских услуг	8	2	2	2	5	9	
3.	Особенности банковского продукта	8	3	2	2	5	9	
4.	Развитие конкуренции в банковской сфере	8	4,5	2	2	5	9	
5.	Коммуникационная политика банка	8	6,7	2	2	2	6	
6.	Окружающая среда банковского маркетинга	8	8	1	1	3	5	Контрольная работа
7.	Методика комплексного	8	9	1	1	2	4	

	исследования «Маркетинг финансового рынка»							
8.	Сегментирование рынка банковских услуг	8	10	1	1	3	5	Тест
9.	Отбор целевых сегментов	8	11	1	1	2	4	
10.	Оценка привлекательности сегментов	8	12	1	1	5	7	Тест
11.	Оценка рекламных слоганов банка	8	13	0,5	0,5		1	
12	Оценка конкурентоспособности банка	8	13	0,5	0,5		1	
				16	18	40	72	

#### 4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИЙ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Тема 1.** Теоретические аспекты банковского маркетинга.

Сущность, цели и задачи банковского маркетинга. Принципы и функции банковского маркетинга. Необходимость маркетинга в банковской сфере. Особенности применения маркетинга в коммерческих банках России. Виды банковского маркетинга.

**Тема 2.** Маркетинговые исследования рынка банковских услуг

Сущность, схема маркетингового исследования. Виды и источники маркетинговой информации в банках. Сфера и виды маркетинговых исследований в банке. Значение Общероссийской маркетинговой системы для операторов финансового рынка.

**Тема 3.** Особенности банковского продукта

Сущность и особенность банковских услуг. Виды банковских услуг, критерии их классификации. Основные виды услуг, предлагаемые клиентам российскими банками. Тенденции развития рынка банковских услуг. Процесс развития новых банковских услуг.

**Тема 4.** Развитие конкуренции в банковской сфере

Сущность, признаки и уровни банковской конкуренции. Виды конкуренции в банковской сфере. Конкуренция продавцов и покупателей. Ценовая и неценовая конкуренция. Оценка уровня конкуренции в банковской сфере РФ. Анализ конкурентной ситуации. Процесс анализа конкурентов. Анализ стратегии конкурентов. Анализ конкурентоспособности

коммерческого банка. Оценка конкуренции банковских услуг Амурской области.

### **Тема 5.** Коммуникационная политика банка

Понятие и виды коммуникаций в банковской сфере: личная продажа, реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта. Характеристика и классификация банковской рекламы. Особенности создания рекламного продукта банка. Анализ рекламных материалов. Выбор рекламоносителей при проведении рекламной кампании банка. Оценка эффективности рекламной деятельности банка.

## **5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

Самостоятельная работа студента включает в себя:

- 1) Подготовку студентов к практическим и семинарским занятиям по темам и в объеме часов, отраженным в таблице.
- 2) Подготовку рефератов.

	Наименование работы	Количество часов
1	Написание реферата	6
2	Исследование видов вкладов физических лиц банков, действующих на территории Амурской области	5
3.	Специфика разработки нового банковского продукта	4
4.	Сервисные услуги коммерческих банков	3
5.	Особенности маркетинговой деятельности региональных коммерческих банков	3
6.	Ознакомление с периодическими изданиями	19
	<b>ИТОГО</b>	<b>40</b>

### **Темы рефератов:**

1. Сущность маркетинга партнерских отношений в сфере банковских услуг
2. Процесс принятия решений о сотрудничестве с коммерческим банком
3. Основные направления расширения клиентской базы банка
4. Технологии привлечения приоритетных клиентов
5. Понятие персонального менеджера банка, его задачи и функции
6. Основные методы продажи банковских услуг
7. Правила эффективной продажи банковских продуктов
8. Формирование спроса на банковские продукты
9. Разработка коммерческих предложений и установление

взаимоотношений с клиентами банка

10. Роль делового общения и проведение презентаций банковского продукта
11. Правила ведения переговоров и деловой переписки с клиентами банка
12. Особенность рекламных продуктов коммерческих банков
13. Особенности применения маркетинга в коммерческих банках России
14. Тенденции развития рынка банковских услуг
15. Процесс развития новых банковских услуг
16. Виды конкуренции в банковской сфере
17. Виды коммуникаций в банковской сфере
18. Характеристика и классификация банковской рекламы
19. Особенности создания рекламного продукта банка
20. Особенности рекламных слоганов коммерческих банков.

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии.

Распределение образовательных технологий по темам дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Трудоемкость в часах	Образовательные технологии (интерактивные формы)					Общее количество
			Брифинг-группы и дискуссии	Метод заданий	Метод кейсов	Метод дебатов	Презентации	
1.	<b>Тема 1.</b> Теоретические аспекты банковского маркетинга.	8				1		1
2.	<b>Тема 2.</b> Маркетинговые исследования рынка банковских услуг	8					1	1
3.	<b>Тема 3.</b> Особенности банковского продукта	8	1					1
4.	<b>Тема 4.</b> Развитие конкуренции в банковской сфере	8			1			1
5.	<b>Тема 5.</b> Коммуникационная политика банка	8	1	1				2
	Итого	40	2	1	1	1	1	6

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости



*Тесты предполагают несколько вариантов ответов.*

**1. Выберите из ниже перечисленного концепции происхождения денег:**

1. монетаристская;
2. рационалистическая;
3. кейнсианская;
4. эволюционная;
5. классическая.

**2. Кто осуществляет эмиссию наличных денежных знаков в РФ?**

1. Министерство Финансов РФ;
2. Государственная дума;
3. ЦБ РФ;
4. коммерческие банки;
5. казначейство.

**3. Что из ниже перечисленного относится к элементам денежной системы?**

1. денежная единица;
2. порядок эмиссии денежных знаков;
3. Центральный банк страны;
4. методы регулирования денежного обращения;
5. валютная система.

**4. Какие функции выполняют финансы?**

1. воспроизводственную и предупредительную;
2. регулирующую и организационную;
3. распределительную и контрольную;
4. превентивную и контрольную;
5. воспроизводственную и организационную

**5. Совокупность мероприятий государства по разработке общей концепции, основных направлений, целей главных задач использования финансовых отношений по созданию финансового механизма и управлению финансовой деятельностью хозяйствующих субъектов, это:**

1. финансовые отношения;
2. финансовая система;
3. финансовая политика;
4. финансовый рынок;
5. финансовый аппарат.

## **ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ**

### **Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Сущность, принципы и функции банковского маркетинга.
2. Виды банковского маркетинга.
3. Необходимость и особенности применения маркетинга в коммерческих банках

4. Виды и источники маркетинговой информации в банке.
5. Сфера и виды маркетинговых исследований в банке.
6. Сущность и классификация финансовых рынков.
7. Понятие и составные части мирового рынка финансово-кредитных услуг.
8. Понятие и виды рынка банковских услуг.
9. Сущность, цель и значение сегментации в банковской сфере.
10. Критерии сегментации оптового рынка.
11. Критерии сегментирования потребителей розничного рынка в банковской сфере.
12. Основные группы потребителей банковских услуг.
13. Окружающая среда банковского маркетинга: понятие и составные части.
14. Макросреда банка.
15. Микросреда банка.
16. Основные этапы процесса принятия решения о приобретении банковской услуги.
17. Мотивация клиентов банка.
18. Сегментирование рынка по характеристикам предлагаемых услуг.
19. Сущность и особенности банковских услуг.
20. Виды банковских услуг.
21. Критерии и виды кредитных операций банка.
22. Основные виды банковских услуг.
23. Тенденции развития рынка банковских услуг.
24. Процесс развития новых банковских услуг.
25. Сущность, признаки и уровни банковской конкуренции.
26. Виды конкуренции.
27. Процесс анализа конкурентов.
28. Анализ конкурентной ситуации в банковской сфере.
29. Понятие и виды коммуникаций в банковской сфере.
30. Классификация банковской рекламы.
31. Особенности создания рекламной продукции.
32. Выбор рекламоносителя при проведении рекламной кампании.
33. Оценка конкурентоспособности банка.
34. Оценка сильных слабых сторон деятельности банка.
35. Планирование рекламного бюджета финансово-кредитных организаций.
36. Оценка привлекательности сегментов рынка банковских услуг.
37. Методика комплексного исследования «Маркетинг финансового рынка».
38. Планирование рекламной кампании в банке.
39. Оценка эффективности рекламы финансово-кредитных организаций.

## **Критерии оценки знаний студентов**

Оценка знаний студентов носит комплексный характер (учитывается результат тестирования, и итоговая оценка по текущей успеваемости).

В тестах содержится не менее 40-45 вопросов. Результаты тестирования определяются:

менее 51 % правильных ответов – «неудовлетворительно»;

51 % - 66 % правильных ответов - «удовлетворительно»;

67 % - 83 % правильных ответов - «хорошо»;

84 % - 100 % правильных ответов - «отлично».

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1. Основная литература:**

1. Жуков, Е.Ф. Банковский менеджмент: учебник/ Е.Ф. Жуков.-2-е изд., перераб. и доп.- М.: Юнити-Дана, 2008.-255 с. (ЭБС уч. библиотека online).

### **2. Дополнительная литература**

1. Банковский маркетинг: учеб.-метод. комплекс для спец. 080105 - Финансы и кредит / АмГУ, Эк.ф. ; сост. С. А. Москвитина. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2007. - [23] л.
2. Банковский менеджмент: учеб. : рек. Мин. обр. РФ / под ред. О. И. Лаврушина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2009. - 555 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: практикум / В. Т. Гришина [и др.]. - М. : Дашков и К, 2007. - 136 с.
4. Теплякова, Н.А. Банковский маркетинг: ответы на экзаменационные вопросы/ Н.А. Теплякова. – Минск: Тетра Системс, 2010.-160 с. (ЭБС уч. библиотека online).
5. Фетисов Г.Г. Организация деятельности Центрального Банка: учеб.: рек. УМО.-М.: КНОРУС, 2007.-431с.
6. Хабаров В.И. Банковский маркетинг : учеб. пособие / В. И. Хабаров, Н. Ю. Попова. - М. : Маркет ДС, 2006. - 157 с.

### **Периодические издания:**

Банковское дело; Вопросы экономики, Страхование дело, Управление риском, Финансовый бизнес, Финансы, Экономист

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

<b>Наименование ресурса</b>	<b>Краткая характеристика</b>
Консультант-плюс	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи

Гарант	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи
<a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a>	Министерство финансов РФ. Информация о состоянии и развитие финансовой системы страны, показатели развития экономики, деятельность органов финансового контроля.
<a href="http://www.amurobl.ru">www.amurobl.ru</a>	Правительство Амурской области. Раздел «Экономика и финансы» содержит информацию о страховой отрасли.
<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>	Сайт Федеральной службы государственной статистики. Раздел Финансы содержит статистическую информацию о состоянии финансового рынка, в частности, о деятельности страховых организаций
<a href="http://www.fcsm.ru">www.fcsm.ru</a>	Федеральная служба по финансовым рынкам — федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий принятие нормативных правовых актов, контроль и надзор в сфере финансовых рынков. Осуществляет надзор за страховой деятельностью
<a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a> ЭБС «Университетская библиотека»	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для обучения в высшей школе

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Оргтехника (персональные компьютеры, принтеры, сканеры, мультимедиа аппаратура), имеющаяся на кафедре используется для проведения лекционных и практических занятий.

К программному обеспечению, используемому для проведения занятий относится: Windows, Microsoft Office.