Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация

«Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

Автор программы:

Тарасенко М.А., преподаватель

Кретова А.М., преподаватель

учебной Рабочая программа дисциплины «Маркетинг банковских услуг и продуктов» является частью программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.07 Банковское дело (вариативная часть)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК бухгалтерско-экономических дисциплин на 2021-2022 учебный год

Протокол заседания ПЦК №1 от «31» августа 2021 г.

Председатель ПЦК

УТВЕРЖДЕНО Зам. директора

«31» августа 2021 г.

«31» августа 2021 г.

«31» В.В. Швыдко

шину В.В. Швыдко

СОДЕРЖАНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ	УЧЕБНОЙ	ІРОГРАММЫ	БОЧЕЙ [T P	ПАСПОР	1.
4	ДУКТОВ	УСЛУГ И ПРС	СОВСКИХ	БАН	АРКЕТИНГ	MA
дисциплины	УЧЕБНОЙ	ЕРЖАНИЕ	И СО	ГУРА	СТРУКТ	2.
6	ДУКТОВ	УСЛУГ И ПРС	СОВСКИХ	БАІ	АРКЕТИНГ	MA
й дисциплины	ы учебной	ПРОГРАММІ	ПИЗАЦИИ	I PE	УСЛОВИЯ	3.
15	ДУКТОВ	УСЛУГ И ПРС	СОВСКИХ	БАІ	АРКЕТИНГ	MA
ения учебной	OB OCBOE	РЕЗУЛЬТАТ	ОЦЕНКА	ЛЬ	КОНТРОЈ	4.
ПРОДУКТОВ 18	Х УСЛУГ И	БАНКОВСКИ	АРКЕТИН	ны м	СЦИПЛИН	ДИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС, составлена рабочей воспитания программы И календарного воспитательной работы по специальности 38.02.07 Банковское дело, в соответствии с комплектом оценочной документации 1.1. «Банковское дело». Содержание рабочей программы дисциплины отражает освоение профессиональных компетенций, проверяемых на Демонстрационном экзамене.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Входит в число дисциплин общепрофессионального цикла (ОП.13) и является вариативной частью.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины обучающийся развивает следующие общие компетенции (ОК) и личностные результаты (ЛР):

- ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
- ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;

- ЛР 5. Сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- ЛР 6. Толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения, способность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям;
- ЛР 7. Навыки сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно- исследовательской, проектной и других видах деятельности;
- ЛР8. Нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей
- ЛР9. Готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
- ЛР 10. Эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, общественных отношений;
- ЛР 11. Принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью, неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков;
- ЛР 12. Бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью, как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь;

ЛР13.Осознанный выбор профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

- ЛР 14. Сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; приобретение опыта эколого-направленной деятельности;
- ЛР 15. Ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни.

В результате освоения дисциплины обучающийся развивает следующие **профессиональные компетенции (ПК)** в соответствии с комплектом оценочной документации 1.1. «Банковское дело»:

ПК 2.1 Оценивать кредитоспособность клиентов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- принимать маркетинговые решения, направленные на достижение основных целей деятельности банка;
- осуществлять сбор информации о рынке, производить сегментирование рынка банковских продуктов и услуг;
- проводить опрос потребителей и анализировать результаты;
- определять цену на банковский продукт в зависимости от выбранного метода ценообразования;
- разрабатывать рекламные кампании банков.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы, содержание и специфику маркетинговой деятельности в банке:
- виды маркетинговых стратегий, порядок их разработки и реализации;
- критерии сегментации рынка банковских продуктов и услуг;
- виды банковских продуктов и этапы разработки нового банковского

продукта;

- этапы ценообразования на банковские продукты и услуги;
- каналы и методы привлечения клиентов в банк;
- основные способы продвижения банковских продуктов и услуг;
- способы продажи банковских продуктов и услуг;
- основы планирования и организации маркетинговой работы в банке.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Всего -64 часа, в том числе:

- учебные занятия во взаимодействии с преподавателем -30 часов;
- самостоятельная работа обучающихся 10 часа;
- промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета ${\bf 2}$ часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
Всего академических часов:	64
Всего часов на учебные занятия во взаимодействии с преподавателем	30
в том числе:	
- лекции	18
- практических занятий	12
- промежуточная аттестация*	2
Самостоятельная работа обучающихся	10
*Промежуточная аттестация: в форме дифференцированно	го зачета

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг банковских услуг и продуктов» специальности 38.02.07 Банковское дело

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Форма проведения активного или интерактивного занятия	Наименование осваиваемых компетенций, при интерактивно м или активном занятии	Форма проведения практических занятий с использование м ПК
1	2	3	4	5	6
Раздел 1. Особенност	ги маркетинга в банковской практике				
Тема 1.1	Содержание учебного материала	4		ЛР5-ЛР15	
Особенности маркетинга в банковской практике	Определение и ключевые понятия маркетинга. Тенденции развития. Задачи, приемы, функции банковского маркетинга. Принципы маркетинга. Изучение рынка банковских услуг. Основные элементы банковского маркетинга. Понятие сегмента рынка.	2	Лекция-беседа	OK 02, OK 04, OK 09	
	Практическое занятие №1: Специфика банковского маркетинга. Содержание понятия «банковский маркетинг». Специфика применения философии и методологии маркетинга в банковской сфере. Характеристики банковских услуг и их влияние на содержание маркетинговой деятельности в банке.	2	Семинарское занятие	OK 02, OK 09	
	и реализация маркетинговой стратегии банка				
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	4		ЛР5-ЛР15	
Маркетинговая стратегия банка	Понятие, роль и значение маркетинговых стратегий. Разработка стратегии - главная задача функционирования механизма маркетинга.	2	Лекция-беседа	OK 04	
	Практическое занятие №2:	2	Кейс-задание	OK 02, OK 09	

Тема 2.2. Изучение рынка банковских продуктов и услуг	Этапы разработки маркетинговой стратегии. Требования, предъявляемые к маркетинговой стратегии: реализм, гибкость, адресность, определенность, четкость, альтернативность выбора (проведение ситуационного анализа). Содержание учебного материала Анализ общей конкурентной ситуации, в которой находится банк. Изучение маркетинговых действий	4			
продуктов п услуг	конкурентов. Изучение рыночного спроса на банковские продукты и услуги. Прогнозирование спроса на банковские услуги.	2	Комбинированное занятие	OK 02, OK 04, OK 09	
	Практическое занятие №3: Сегментация рынка и ее основные критерии. Сегментирование рынка банковских услуг по продуктовому и клиентскому принципу. Проведение исследования конкурентной позиции банка на рынке.	2	Кейс-задание	OK 02, OK 09	
Тема 2.3.	Содержание учебного материала	4			
Банковский	Понятия «банковская операция», «банковский				
продукт и ассортиментная политика банка	продукт» и «банковская услуга» и их взаимосвязь. Показатели, характеризующие конкурентоспособность банковских продуктов и услуг. Жизненный цикл банковского продукта. Цели и задачи маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла банковского продукта.	2	Лекция- визуализация	OK 04, OK 09	
	Практическое занятие №4: Стратегия развития продуктового ряда. Разработка нового продукта. Типы новых продуктов. Основные этапы разработки нового продукта. Отказ от использования продукта.	2	Кейс-задание	OK 02, OK 09	
Тема 2.4.	Содержание учебного материала	4			
Ценообразование на банковские продукты и услуги	Основные факторы, влияющие на процесс ценообразования в банке: себестоимость услуг, рентабельность услуг, соотношение спроса и	2	Комбинированное занятие	OK 02, OK 09	

				T	
	предложения на рынке данной услуги.				
	Контрольный срез № 1				
	Практическое занятие №5:				
	Этапы ценообразования. Установление целей				
	ценообразования, оценка спроса, анализ структуры	2	Кейс-задание	OK 02, OK 09	
	затрат, анализ цен конкурентов, выбор метода				
	ценообразования, установление цены.				
Раздел 3. Продвижен	ие на рынок банковских продуктов и услуг				
Тема 3.1.	Содержание учебного материала:	4		ЛР5-ЛР15	
Организация	Изучение поведения клиентов. Основные факторы,				
работы по	влияющие на установление и развитие отношений с				
привлечению	индивидуальными и корпоративными клиентами.				
клиентов и	Психологические типы клиентов. Психологические				
укреплению	типы клиентов.				
клиентской базы	Программа развития клиентской базы.	2	Лекция-беседа	OK 02, OK 04	
	Направления расширения клиентской базы:				
	сохранение клиентов, привлечение новых клиентов,				
	установление связей с внешней средой, проведение				
	маркетинговых исследований, работа с персоналом				
	банка, представительские мероприятия.				
	Практическое занятие №6:				
	Различия в поведении клиентов - частных лиц и				
	организаций (корпоративных клиентов). Факторы,	•	Работа в малых		
	влияющие на процесс принятия решения клиентов-	2	группах	OK 02, OK 04	
	частных лиц. Факторы, влияющие на поведение		1 3		
	корпоративных клиентов.				
Тема 3.2.	Содержание учебного материала:	4			
Организация	Основные способы продажи банковских				
продажи банковских	продуктов. Прямые и непрямые продажи, схемы их				
продуктов и услуг	организации. Использование информационных				
	технологий в системе продаж банковских	2	Лекция-беседа	OK 04	
	продуктов. Обслуживание клиентов по типу				
	персональных менеджеров. Функции и задачи				
	персональных менеджеров. Влияние персонального				

	менеджера на эффективность продаж. Правила эффективной продажи банковских продуктов.				
	Практическое занятие №8: Презентация банковского продукта (с учетом маркетинговых исследований на рынке банковских услуг) Контрольный срез № 2	2	Семинарское занятие	OK 02, OK 04, OK 09	Использование программы Microsoft PowerPoint
Раздел 4. Планирова	ние и организация маркетинговой работы в банке	18			
Тема 4.1. План	Содержание учебного материала:	4		ЛР5-ЛР15	
маркетинга	Система маркетингового планирования в банке. Методология разработки плана маркетинга. Структура стандартного плана маркетинга по продукту: прогноз развития целевого рынка, стратегия поведения на рынке, товарная политика, ценовая политика, каналы распространения продукта; методы стимулирования продаж; организация послепродажного обслуживания клиентов; реклама; формирование общественного мнения о банке и его продуктах; финансовые показатели и контроль за реализацией намеченных показателей	2	Лекция-беседа	OK 04	
	Практическое занятие №9: План маркетинга и техника бизнес-планирования в банке. Составление плана маркетинга по конкретному банковскому продукту.	2	Работа в малых группах	OK 02, OK 04, OK 09	
Тема 4.2.	Содержание учебного материала:	14			
Организация маркетинговой работы в банке	Особенности работы маркетингового подразделения, его значение для повышения результатов деятельности банка. Роль гибких (временных) рабочих групп («по проекту»). Типовые организационные структуры маркетингового управления. Основные задачи и функции службы маркетинга. Виды организации маркетинговой деятельности. Роль гибких (временных) рабочих	2	Лекция-беседа	ОК 04	

групп («по проекту»). Типовые организационные структуры маркетингового управления.				
Практическое занятие №10: Подразделение маркетинга (функционал, роль с организационной структуре) Презентация банковского продукта (с учетом маркетинговых исследований на рынке банковских услуг)	2	Семинарское занятие	OK 02, OK 04, OK 09	Использование программы Microsoft PowerPoint
Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы; подготовка практических примеров реализации функций маркетинга в банках	10		OK 2,4,9	
Дифференцированный зачет	2			
Всего:	44			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- рабочая доска;
- комплект образцов оформленных банковских документов;
- комплект учебно-методических материалов;
- инфраструктурный лист по компетенции 1.1 «Банковское дело»;
- комплект оценочной документации по компетенции 1.1. «Банковское дело».

Средства обучения (в том числе ТСО):

- мультимедийный проектор;
- ноутбук;
- презентации по темам.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

Законодательные и нормативные акты

- 1. Федеральный закон от 02.12.1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» с изменениями.
- 2. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-Ф3 «О рекламе» с изменениями.

Учебные издания

1. Золотковский, Ю.С. Банковский маркетинг: учебное пособие /

- Ю.С. Золотковский. Минск: РИПО, 2015. 234 с.: схем., табл. Библиогр. В 15H. ISBN 978-985-503-518-4; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463349
- 2. Маркетинг: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. Москва: КноРус, 2018. 189 с. Для СПО. ISBN 978-5-406-06183-1. https://www.book.ru/book/926685
- 3. Маркетинг : учебник / Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова; ред. В. В. Герасименко. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Проспект, 2017. 512 с.
- 4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. 9-е изд. Москва : Дашков и К°, 2018. 446 с. : ил. Режим доступа: по подписке. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 12.10.2021). Библиогр. в кн. ISBN 978-5-394-02263-0. Текст : электронный.

Дополнительные источники:

- 1. Резник, И. Банковский маркетинг: учебное пособие / И. Резник; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное бюджетное образовательное учреждение государственное образования профессионального «Оренбургский государственный университет», Кафедра банковского дела и страхования. - Оренбург: ОГУ, 2014. 97 c.: To [Электронный же pecypel. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259312
- 2. Резник, И. Банковский маркетинг: сборник задач, логических схем и тестов: учебное пособие / И. Резник; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет», Кафедра банковского дела и страхования. Оренбург: ОГУ, 2014. 100 с.; То же [Электронный

Интернет-ресурсы:

- 1. Информационный банковский портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru
- 2. Официальный сайт Ассоциации российских банков: Координационный комитет по стандартам качества банковской деятельности. Стандарты качества банковской деятельности (СКБД) Ассоциации российских банков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.arb.ru/site/comitetes
- 3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cbr.ru
- 4. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.wciom.ru
- 5. Официальный сайт Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nacfin.ru/
- 6. Справочно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.garant.ru/
- 7. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/
- 8. Электронные ресурсы кредитных организаций Российской Федерации в Интернет
- 9. Электронный ресурс о банках и финансовом рынке России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.bankir.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ БАНКОВСКИХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных занятий, практических занятий, промежуточной аттестации, а также при проверке выполнения заданий внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные	Формы и методы контроля и оценки
умения, усвоенные знания)	результатов обучения
Умения:	
принимать маркетинговые	Практические занятия
решения, направленные на	Внеаудиторная самостоятельная
достижение основных целей	работа
деятельности банка;	Дифференцированный зачет
осуществлять сбор информации о	Практические занятия
рынке, производить	
сегментирование рынка банковских	
продуктов и услуг;	
проводить опрос потребителей и	Практическое занятие
анализировать результаты	
определять цену на банковский	Практические занятия
продукт в зависимости от	Дифференцированный зачет
выбранного метода	
ценообразования	
Знания:	
принципы, содержание и	Практические занятия
специфику маркетинговой	Дифференцированный зачет
деятельности в банке;	
виды маркетинговых стратегий,	Практические занятия
порядок их разработки и	Дифференцированный зачет
реализации;	
критерии сегментации рынка	Практические занятия
банковских продуктов и услуг;	Дифференцированный зачет
виды банковских продуктов и	Практические занятия
этапы разработки нового	Внеаудиторная самостоятельная
банковского продукта;	работа
	Дифференцированный зачет
этапы ценообразования на	Практические занятия

банковские	продукты и услуги;	Дифференцированный зачет	
основы	планирования	и Практическое	занятие
организации	и маркетинговой работи	 Дифференцированный зачет 	
в банке.			