

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Банківський маркетинг»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 3 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	молодший бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Іваннікова Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: у месенджерах, електронною поштою
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою навчальної дисципліни є діяльність банку в галузі маркетингу: дослідження банківських продуктів, конкурентів банків, робота із клієнтами з метою підвищення ефективності надання банківських послуг і продуктів, створення банківських продуктів і послуг, організація маркетингової служби у банку та системи контролю за маркетинговими заходами. Особлива увага приділяється банківському ринку, його сегментації, дослідженню та аналізу, маркетинговій стратегії комерційного банку, товарній політиці щодо банківських послуг і ціноутворенню на ці послуги, продажу банківських послуг, комунікаційній політиці комерційного банку.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів.) самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність знань з маркетингу
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none">виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПР05).	<ul style="list-style-type: none">здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03);знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06);здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06);здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК07);здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12);здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Маркетинг у банківській сфері		
Тема 1. Маркетинг і його специфіка у банківській сфері	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз ринку банківських послуг. 2. Асортимент банківських послуг, що пропонуються, їх пакетування. 3. Банківські автомати. 4. Інструменти банківського маркетингу. 5. Особливості банківського маркетингу.
Тема 2. Банківський ринок, його сегментація, дослідження та аналіз.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Банківський ринок і його сегментація. 2. Географічна сегментація банківського ринку. 3. Джерела інформації для дослідження ринку банківських послуг. 4. Ознаки сегментації банківського ринку. 5. Прогнозування банком ситуації на ринку банківських послуг. 6. Ринкова політика комерційного банку. 7. Сегментація банківського ринку залежно від правового статусу юридичних і фізичних осіб. 8. Сегментація ринку банківських послуг на основі стану та обсягу операцій по рахунках осіб.
Тема 3. Маркетингова стратегія комерційного банку.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Матриця «товар – ринок» І. Ансоффа та її використання у практиці комерційного банку. 2. Матриця Бостонської консультативної групи та її використання у практиці комерційних банків. 3. Стратегічна модель М. Портера та її використання у практиці комерційного банку. 4. Стратегія банківської ринкової диверсифікації. 5. Стратегія диференціації банківських послуг. 6. Стратегія консолідації у комерційному банку. 7. Стратегія лідерства у зниженні банківських витрат. 8. Стратегія проникнення на ринок банківських послуг. 9. Стратегія розвитку ринку банківських послуг. 10. Стратегія розробки (створення) нових банківських послуг. 11. Стратегія фокусування (конкуренції) на витратах банку чи на диференціації банківських послуг.
Модуль 2. Продаж банківських продуктів		
Тема 4. Товарна політика комерційного банку та ціноутворення на банківські послуги.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Диференціація цін на банківські послуги. 2. Зрівноваження цін на банківські послуги. 3. Диференціація цін на банківські послуги. 4. Товарна політика комерційного банку. 5. Формування клієнтської бази комерційного банку. 6. Цінова політика комерційного банку.
Тема 5. Продаж (збут) банківських продуктів.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Часові параметри збуту банківських послуг. 2. Лінії збутової мережі комерційних банків. 3. Пересувні банківські відділення. 4. Постачальники банківських послуг.

		5. Посередницька діяльність комерційних банків.
Тема 6. Комунікації у просуванні банківських продуктів.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	1. Інструменти стимулювання збуту банківських послуг. 2. Особистий продаж банківських послуг. 3. Реклама банківських послуг. 4. Робота комерційного банку з громадськістю зі збуту банківських послуг. 5. Стимулювання збуту банківських послуг. 6. Банківський імідж: його формування і роль у збуті банківських послуг.
Тема 7. Організація і контроль у банківському маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	1. Аналіз конкурентоспроможності банку. 2. Головні банківські відділення. 3. Інструменти маркетингового банківського прогнозування. 4. Конкурентна позиція банку та її характеристика. 5. Конкурентні переваги комерційного банку. 6. Нормування мережі банківських установ. 7. Оптимальне завантаження банківських потужностей і їх обґрунтування.

Інформаційні джерела

Основні

1. Bank Marketing Insights for Financial Institutions. Режим доступу: <https://everfi.com/financial-education/bank-marketing/>
2. Simoni Gëzim. Marketing strategies in banking sector. Режим доступу: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1038864.pdf>
3. Sunita Tidke. Marketing of the Banking Services. Режим доступу: https://ijariie.com/AdminUploadPdf/Marketing_of_the_Banking_Services_1453.pdf
4. Коваленко В.В. Теоретико-методичні засади формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Нобелівський вісник. 2020. № 1 (13). Режим доступу: <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2020/6.pdf>
5. Маркетинг у банках: навч. посібник Р.М. Безус, Л.М. Курбацька, І.Г. Кадирус, А.С. Донських, Д.В. Воловик. – Дніпро: Журфонд, 2019. – 320 с. Режим доступу: <https://bit.ly/3uEy88Z>
6. Маркетинг у банку: навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова. – Електронні дані. – Полтава : ПУЕТ, 2016. Режим доступу: http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=778987
7. Харабара В.М., Грешко Р.І., Третьякова О.В. Особливості сучасного банківського маркетингу. Інвестиції: практика та досвід № 4/2021. Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2021/9.pdf

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни