

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	3 курс, 5 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	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	<a href="mailto:ivannikovam83@gmail.com">ivannikovam83@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	он-лайн: у месенджерах, електронною поштою
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

#### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	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.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів.) самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
<b>Базові знання</b>	Наявність знань з маркетингу
<b>Мова викладання</b>	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів (ПР05).	• 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
<b>Модуль 1. Маркетинг у банківській сфері</b>		
Тема 1. Маркетинг і його специфіка у банківській сфері	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналіз ринку банківських послуг.</li> <li>2. Асортимент банківських послуг, що пропонуються, їх пакетування.</li> <li>3. Банківські автомати.</li> <li>4. Інструменти банківського маркетингу.</li> <li>5. Особливості банківського маркетингу.</li> </ol>
Тема 2. Банківський ринок, його сегментація, дослідження та аналіз.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Банківський ринок і його сегментація.</li> <li>2. Географічна сегментація банківського ринку.</li> <li>3. Джерела інформації для дослідження ринку банківських послуг.</li> <li>4. Ознаки сегментації банківського ринку.</li> <li>5. Прогнозування банком ситуації на ринку банківських послуг.</li> <li>6. Ринкова політика комерційного банку.</li> <li>7. Сегментація банківського ринку залежно від правового статусу юридичних і фізичних осіб.</li> <li>8. Сегментація ринку банківських послуг на основі стану та обсягу операцій по рахунках осіб.</li> </ol>
Тема 3. Маркетингова стратегія комерційного банку.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Матриця «товар – ринок» І. Ансоффа та її використання у практиці комерційного банку.</li> <li>2. Матриця Бостонської консультативної групи та її використання у практиці комерційних банків.</li> <li>3. Стратегічна модель М. Портера та її використання у практиці комерційного банку.</li> <li>4. Стратегія банківської ринкової диверсифікації.</li> <li>5. Стратегія диференціації банківських послуг.</li> <li>6. Стратегія консолідації у комерційному банку.</li> <li>7. Стратегія лідерства у зниженні банківських витрат.</li> <li>8. Стратегія проникнення на ринок банківських послуг.</li> <li>9. Стратегія розвитку ринку банківських послуг.</li> <li>10. Стратегія розробки (створення) нових банківських послуг.</li> <li>11. Стратегія фокусування (конкуренції) на витратах банку чи на диференціації банківських послуг.</li> </ol>
<b>Модуль 2. Продаж банківських продуктів</b>		
Тема 4. Товарна політика комерційного банку та ціноутворення на банківські послуги.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проєктних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Диференціація цін на банківські послуги.</li> <li>2. Зрівноваження цін на банківські послуги.</li> <li>3. Диференціація цін на банківські послуги.</li> <li>4. Товарна політика комерційного банку.</li> <li>5. Формування клієнтської бази комерційного банку.</li> <li>6. Цінова політика комерційного банку.</li> </ol>

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"> <li>1. Часові параметри збуту банківських послуг.</li> <li>2. Лінії збутової мережі комерційних банків.</li> <li>3. Пересувні банківські відділення.</li> <li>4. Постачальники банківських послуг.</li> <li>5. Посередницька діяльність комерційних банків.</li> </ol>
Тема 6. Комунікації у просуванні банківських продуктів.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інструменти стимулювання збуту банківських послуг.</li> <li>2. Особистий продаж банківських послуг.</li> <li>3. Реклама банківських послуг.</li> <li>4. Робота комерційного банку з громадськістю зі збуту банківських послуг.</li> <li>5. Стимулювання збуту банківських послуг.</li> <li>6. Банківський імідж: його формування і роль у збуті банківських послуг.</li> </ol>
Тема 7. Організація і контроль у банківському маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; виконання проектних завдань; групова робота; поточна модульна робота	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналіз конкурентоспроможності банку.</li> <li>2. Головні банківські відділення.</li> <li>3. Інструменти маркетингового банківського прогнозування.</li> <li>4. Конкурентна позиція банку та її характеристика.</li> <li>5. Конкурентні переваги комерційного банку.</li> <li>6. Нормування мережі банківських установ.</li> <li>7. Оптимальне завантаження банківських потужностей і їх обґрунтування.</li> </ol>

## 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. SunitaTidke. Marketing of the Banking Services. Режим доступу: [https://ijariie.com/AdminUploadPdf/Marketing\\_of\\_the\\_Banking\\_Services\\_1453.pdf](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](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](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](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>

### 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