

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Институт национальной экономики  
Кафедра финансов и кредита

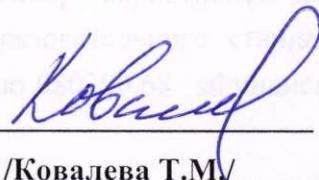
АННОТАЦИЯ

по дисциплине **«Банковский маркетинг»**

направления подготовки 38.04.08 «Финансы и кредит»  
программа «Банковский менеджмент»  
всех форм обучения

Соответствует РПД

  
\_\_\_\_\_  
УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой   
\_\_\_\_\_  
/Ковалева Т.М./



Самара 2015 г.

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Банковский маркетинг» является теоретическим курсом, продолжающим анализ экономических отношений общества в процессе обучения студентов по программе «Банковский менеджмент».

**Цель изучения** дисциплины «Банковский маркетинг» - формирование у студентов теоретических и практических знаний о современном банковском маркетинге.

### **Задачи дисциплины:**

- формирование у будущих магистров теоретических знаний о сущности и роли банковского маркетинга в деятельности современных коммерческих банков;
- изучение основных элементов системы банковского маркетинга;
- изучение основных направлений маркетинговой деятельности коммерческих банков, способствующих повышению эффективности работы и обеспечению конкурентоспособности на рынке банковских услуг;
- раскрытие процесса маркетингового планирования и проведения маркетинговых исследований;
- обобщение положительного международного опыта в области банковского маркетинга и выявление тенденций и направлений возможного его применения на отечественном рынке банковских услуг;
- получение практических навыков описания профиля отраслевого сегмента, составления комплексов маркетинга, проведения маркетинговых исследований рынка банковских услуг, поиска идеи о новых услугах и разработки замысла этих идей, составления рекламной кампании и кампании по стимулированию сбыта.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Дисциплина «Банковский маркетинг» является дисциплиной по выбору вариативной части общенаучного цикла дисциплин федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению 080300.68 «Финансы и кредит» (магистратура).

Дисциплина «Банковский маркетинг» относится к числу дисциплин, позволяющих сформулировать у будущих специалистов комплексное представление о научных основах развития банковского маркетинга и применения маркетинговых механизмов и инструментов в деятельности коммерческих банков.

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В совокупности с другими дисциплинами вариативной части ФГОС ВПО дисциплина «Банковский маркетинг» направлена на формирование следующих общекультурных (ОК) и

профессиональных (ПК) компетенций магистра по направлению «Финансы и кредит»:

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный, общекультурный и профессиональный уровень (ОК-1);

способностью владеть навыками публичной и научной речи (ОК-2);

способностью свободно пользоваться русским и иностранным языками как средством делового и профессионального общения (ОК-3);

способностью принимать организационно-управленческие решения, оценивать их последствия и готов нести за них ответственность (ОК-4);

способностью генерировать новую информацию в сфере профессиональной деятельности для развития, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-5);

способностью к применению на практике умений и навыков организации исследовательских и проектных работ, в управлении коллективом (ОК-7).

В результате изучения дисциплины «Банковский маркетинг» студент должен:

#### **Знать**

- экономические и правовые основы банковского маркетинга;
- основные результаты новейших исследований, опубликованные в монографиях и ведущих профессиональных журналах по проблемам развития банковского маркетинга, его роли в системе управления коммерческим банком, стратегиям развития и моделям организации маркетинга;
- концепции банковского маркетинга и основные направления их применения в российских условиях;
- тенденции развития маркетинга в банках на основе современных информационных технологий.

#### **Уметь**

- выявлять маркетинговые возможности банка;
- определять факторы, оказывающие влияние на клиента, систематизировать и оценивать качество клиентского обслуживания;
- проводить мониторинг рынка и оценивать конкурентную среду;
- осуществлять сегментирование банковского рынка, исследовать целевые сегменты рынка;
- создавать специальные отраслевые предложения и разрабатывать новые банковские продукты;
- собирать необходимый материал для оценки тарифных планов банков;
- анализировать основные тенденции в развитии банковского маркетинга;
- проводить маркетинговые исследования: анкетные опросы, глубинные интервью, фокус-группы;

- разрабатывать маркетинговые стратегии и принимать обоснованные тактические решения в области развития конкретных направлений бизнеса банка, продвижения его продуктов и услуг.

#### **Владеть**

- владеть приемами анализа банковского рынка, наблюдения за рынком и прогнозирования изменений рынка;
- навыками разработки конкурентной стратегии и программы мероприятий в процессе маркетинговой деятельности.
- методикой и методологией проведения научных исследований в сфере банковского маркетинга;
- навыками самостоятельной исследовательской работы.

### **4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

**2012 г. начала обучения**

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестры			
		1	2	3	4
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	26			26	
В том числе:					
Лекции	6			6	
Практические занятия (ПЗ)	20			20	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа</b>	46			46	
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
Другие виды самостоятельной работы					
Вид промежуточной аттестации /зачет	зачет			зачет	
<b>Общая трудоемкость часы</b>	72			72	
<b>Зачетные</b>	2			2	

**2013 г. начала обучения**

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестры			
		1	2	3	4
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36			36	
В том числе:					
Лекции	18			18	
Практические занятия (ПЗ)	18			18	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа</b>	72			72	
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
Другие виды самостоятельной работы					
Вид промежуточной аттестации /зачет	зачет			зачет	
<b>Общая трудоемкость часы</b>	108			108	
<b>Зачетные</b>	3			3	