

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ


Институт национальной экономики
Кафедра финансов и кредита

АННОТАЦИЯ

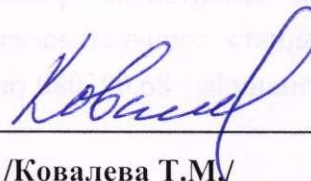
по дисциплине **«Банковский маркетинг»**

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
Аудиторные занятия (всего)	26			26	
В том числе:					
Лекции	6			6	
Практические занятия (ПЗ)	20			20	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа	46			46	
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
Другие виды самостоятельной работы					
Вид промежуточной аттестации /зачет	зачет			зачет	
Общая трудоемкость часы	72			72	
Зачетные	2			2	

2013 г. начала обучения

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