

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

38.03.01 Экономика

Профиль: Финансы и кредит

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Банковский маркетинг в силу его специфики представляет особую отрасль маркетинга. Это внешняя и внутренняя идеология, стратегия, тактика и политика деятельности банка, определяемая конкретной общественно-политической и экономической ситуацией.

Изменения в банковских системах стран с развитой рыночной экономикой, реальная ситуация в России сегодня привели к необходимости освоения коммерческими банками современных приемов и способов маркетинга. Универсализация банковской деятельности, выход ее за границы традиционных операций, усиление конкуренции с банками, привлечение ресурсов в виде вкладов, развитие рынка ценных бумаг еще раз свидетельствуют о необходимости введения в структуру банка особого подразделения, занимающегося изучением потребностей клиентов в банковских услугах.

Введение маркетинга в управление коммерческими банками положило начало возникновению системы критериев выработки стратегии и тактики деятельности, а так же определение конкретных мер изучения и развития рынка. Внедрение маркетинга в банковскую деятельность способствует росту доходности и снижению риска проводимых операций.

Целью изучения дисциплины является обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области эффективного использования рыночного механизма в условиях самостоятельности коммерческих банков как институтов рынка.

Задачи изучения дисциплины:

- Анализ внешней среды (социально-экономического положения региона, прогнозы развития финансового рынка);
- Анализ позиции банков – конкурентов с целью разработки конкурентоспособной ценовой стратегии;
- Сегментация клиентской базы и сегментация рынка банковских услуг;
- Изучение потребностей клиентов в новых услугах и разработка продуктовой стратегии банка;
- Изучение сильных и слабых сторон банка, выявление перспективных направлений его развития.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

Коды компетенций	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК 25	- способностью оценивать кредитоспособность клиентов, осуществлять и оформлять выдачу и сопровождение кредитов, проводить операции на рынке	Знать: подходы к оценке кредитоспособности различных категорий клиентов банка, порядок выдачи и сопровождение кредитов, в том числе на межбанковском кредитном рынке, а также

	межбанковских кредитов, формировать и регулировать целевые резервы	<p>порядок формирования и регулирования целевых резервов;</p> <p>Уметь: оценивать кредитоспособность клиентов банка, порядок выдачи и сопровождение кредитов, в том числе на межбанковском кредитном рынке, а также порядок формирования и регулирования целевых резервов;</p> <p>Владеть: навыками оценки кредитоспособности юридических и физических лиц на основе различных подходов и методов, оформления выдачи и сопровождения кредитов, формирования и регулирования резервов на возможные потери.</p>
--	--	---

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Банковский маркетинг» является дисциплиной по выбору ОПОП направления Экономика, профиля «Финансы и кредит».

Данная учебная дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами ранее в области следующих учебных дисциплин: «Макроэкономика», «Маркетинг», а именно:

- основные виды деятельности коммерческих банков;
- маркетинговое исследование рынка;
- виды стратегии развития коммерческого банка.

Дисциплина «Банковский маркетинг» читается в 5 семестре очной формы обучения, 7 семестре очно-заочной формы обучения и на 4 курсе заочной формы обучения.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

№№	Объем дисциплины	Всего часов		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
1.	Общая трудоемкость дисциплины	144	144	144
2.	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	54	36	10
3.	Аудиторная работа (всего):	18	36	10
3.1	лекции	36	24	4
3.2	семинары, практические занятия	-	12	6
3.3	лабораторные работы	-	-	-
4.	Внеаудиторная работа (всего):	-	-	-
4.1	в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:	-	-	-
4.2	курсовое проектирование	-	-	-
4.4	творческая работа (эссе)	-	-	-

5.	Самостоятельная работа обучающихся (всего)	90	108	134
6.	Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	зачет	зачет	зачет

5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

- 1 Содержание и специфика банковского маркетинга
- 2 Исследование банковского рынка и его инструменты
- 3 Банковская маркетинговая стратегия
- 4 Реализация маркетинговой стратегии банка
- 5 Организация банковского маркетинга
- 6 Банковская конкуренция

