

ДВНЗ «Університет банківської справи»
ННІ Інститут банківських технологій та бізнесу
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни ФВД12 «Маркетинг в банку»

Назва освітньої програми 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
(«Банківський менеджмент»)

Освітній ступінь магістер

Кількість кредитів за ECTS 6 (шість)

1. Мета дисципліни в контексті підготовки фахівців певної спеціальності Довести до студентів розуміння сутності, цілей і провідних засад маркетингу у банках, ознайомити їх із методикою здійснення досліджень та аналізу банківського ринку, навчити ефективно використовувати інструменти маркетингу у банківській діяльності, сформувати системний підхід до визначення маркетингової стратегії банку. Відповідно до вимог професійної підготовки спеціалістів з банківської справи дисципліна “Маркетинг у банку” разом з фундаментальними та професійно-орієнтованими дисциплінами сприяє реалізації мети базової вищої освіти. А саме забезпечує базові економічні знання, закладає основи професійної освіти, створює базу для подальшого вивчення спеціальних економічних дисциплін.

Освітня:

Студенти повинні оволодіти методами вивчення та прогнозування кон'юнктури грошового ринку та ринку банківських послуг і розробляти стратегію розвитку операцій банку.

Виховна:

формування ринково-орієнтованого економічного світогляду;

підготовка до свідомої активної діяльності в умовах ринку;

розвиток творчого мислення, формування власної точки зору та критичного ставлення до інформації.

Практична: Студенти повинні оволодіти практичними навиками дослідження та аналізу банківського ринку, його сегментації, розроблення товарної політики щодо банківських послуг та ціноутворення на ці послуги; продажу банківських послуг, комунікації та стимулювання їх збуту.

2. ***Заплановані результати навчання (перелік знань та умінь, яких набуде студент після опанування даної дисципліни в результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати: суть маркетингу, його основні поняття, задачі маркетингу, його функції; напрями дослідження ринку, правила розробки товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик. Студенти повинні вміти збирати та обробляти потрібну інформацію про товар, попит, контрагентів ринку; розробляти пропозиції щодо товарної та цінової політики; надавати пропозиції щодо вибору каналів руху товарів та інструментів комунікації.***

3. ***Методи контролю:*** екзамен.

4. ***Схема накопичення балів за дисципліною, які отримують студенти***

Поточне тестування та самостійна робота								Екзамен	Сума
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль №2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	50	100
25				25					

5. ***Хто викладає дисципліну:*** к.е.н., професор Гірченко Тетяна Дмитрівна