



Наименование дисциплины и код: Банковский маркетинг – Б.3.13.8, группа БД-1-17

Лектор	Алымбаева Жылдыз Карабековна
Контактная информация:	0550 90 41 41 zhyldyz_alymbaeva@mail.ru
Количество кредитов:	4
Дата:	2020-2021 уч.год
Цель и задачи курса	<p>Целью изучения дисциплины «Банковский маркетинг» является расширение познаний студентов в области маркетинговой теории. Изучение данной дисциплины позволит студентам получить знания в области специфики деятельности банка на рынке банковских услуг.</p> <p>В рамках курса рассматриваются все аспекты маркетинговой деятельности банка от специфики банковских услуг и функциональных составляющих маркетинга до стратегического маркетинга. Особое внимание уделено практическим приемам маркетинговой деятельности наших коммерческих банков.</p>
Описание курса	<p><i>Задачами дисциплины «Банковский маркетинг» являются:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> изучение теоретических основ банковского маркетинга, элементов маркетинговой политики банка, которыми являются: товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика, сервисная политика, коммуникационная политика банка;<input type="checkbox"/> разработка инструментария практического банковского маркетинга; организация и проведение маркетинговых научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;<input type="checkbox"/> сбор, обработка, анализ и систематизация информации по состоянию маркетинговой среды банка; подготовка данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций;<input type="checkbox"/> изучение методов оценки эффективности банковского маркетинга на современном финансовом рынке с учетом фактора неопределенности; разработка и обоснование показателей, характеризующих эффективность банковского маркетинга, и методик их расчета;<input type="checkbox"/> анализ существующих форм организации деятельности маркетинговых служб (подразделений) банков, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;<input type="checkbox"/> прогнозирование динамики состояния современного банковского рынка, его отдельных сегментов с учетом основных социально-экономических показателей деятельности региона и экономики в целом;<input type="checkbox"/> разработка маркетинговых стратегий развития и функционирования банка на современном рынке; приобретение практических навыков по управлению маркетинговой деятельностью банка с точки зрения повышения экономической эффективности и устойчивости кредитной организации.

	<p>В рамках курса рассматриваются все аспекты маркетинговой деятельности банка — от специфики банковских услуг и функциональных составляющих маркетинга до стратегического маркетинга. Особое внимание уделено практическим приемам маркетинговой деятельности кыргызских коммерческих банков.</p> <p>Задачи изучения дисциплины вытекают из цели и включают в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> • овладение практическими навыками использования положений маркетинга в банковской сфере; • применение маркетингового анализа в банковской деятельности; • способность анализировать и сравнивать реальные маркетинговые мероприятия, сопровождающие банковскую деятельность.
Пререквизиты	<p>Знание и понимание этого курса невозможно без владения знаниями микро и макроэкономики, экономики предприятий, финансы, РЦБ, Эконометрика. Национальная экономика, финансы, мировые финансовые отношения, ДКБ. Все это делает необходимым глубокое усвоение знаний, как экономического характера, так и знаний других – естественно-математических и гуманитарных наук.</p>
Постреквизиты	<p>Дисциплина «Банковский маркетинг» является основой для изучения следующих дисциплин: банковский менеджмент, финансы корпораций, финансовый менеджмент, международный финансовый рынок, банковская система зарубежных стран, банковский менеджмент, банковские риски, денежно кредитное регулирование, валютное регулирование и контроль, анализ банковской деятельности.</p>
Компетенции	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Уметь: принимать маркетинговые решения по повышению эффективности деятельности банковской организации; проводить оценку и интерпретацию полученных результатов эффективности маркетинговых мероприятий банка; разрабатывать инструментарий исследования маркетинговой деятельности банка; разрабатывать маркетинговые стратегии развития и функционирования банка на современном рынке; анализировать существующие формы организации деятельности маркетинговых подразделений (служб) банков, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию.</p> <p>Владеть: навыками решения профессиональных задач в области банковского маркетинга; проводить сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по состоянию маркетинговой среды банка; методами обработки данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций по результатам маркетинговых исследований; навыками по управлению специализированными маркетинговыми подразделениями банка с точки зрения повышения экономической эффективности кредитной организации.</p> <p>Владеть знаниями о:</p> <p>Инструментах и методах финансового инжиниринга, типовых технологиях анализа, применяемых при управлении качеством,</p>

	<p>содержании методики оценки качества обслуживания “SERVQUAL”, рейтинговых системах, существующих в сфере банковской деятельности (в т.ч. рейтинг UFIRS).</p> <p>- правовые основы, принципов работы и структуры кредитных организаций, основные виды осуществляемых ими операций основные формы безналичных расчетов, основных кассовые операции;</p> <p>- основные операции, выполняемые коммерческими банками операции; кредитную, депозитную, платежные.</p>
Политика курса	<p>Преподаватель ожидает, что: студенты не опаздывают, не пропускают занятия без уважительной причины. Во время занятий нельзя пользоваться сотовым телефоном, жевать резинку и приходить в спортивной форме.</p> <p>Быть толерантным, уважать мнение окружающих. Плагиат и другие формы нечестной работы недопустимы. К плагиату относится следующее: отсутствие ссылок при использовании печатных и электронных материалов, цитат, мыслей других авторов. Недопустимо подсказывание и списывание во время экзаменов, занятий.</p>
Методы преподавания:	<p>Устный опрос. Тестовые задания. Контрольные и экзаменационные вопросы. Контрольная работа. Ответы в ходе опроса по лекционному материалу. Ответы на дискуссионные вопросы. Выполнение самостоятельных заданий по анализу организации маркетинговой деятельности отдельных коммерческих банков.</p>
Форма контроля знаний	<p>Экзамен</p>
Литература: Основная Дополнительная	<p style="text-align: center;"><i>Основная литература</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Банковский менеджмент: учебник / под ред. Е. Ф. Жукова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 303 с. 2. Деньги. Кредит. Банки: учебник / под ред. О. И. Лаврушина. 3-е изд., М.: КноРус, 2010. 460 с. 3. Деньги. Кредит. Банки / под ред. Е. Ф. Жукова. М.: ЮНИТИ. Банки и биржи, 2007. 460 с. 38 4. Деньги и кредит: учебник / под ред. О. И. Лаврушина. М.: КноРус, 2004. 458 с. 5. Владиславлев Д. Н. Как организовать клиентскую службу банка. М.: Ось 89, 2004. 176 с. 6. Киселева Л. С. Банковский маркетинг. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2005. 108 с. 7. Куршакова Н. Б. Банковский маркетинг / Н. Б. Куршакова. СПб.: Питер, 2003. 192 с. 8. Гурьянов С. А. Маркетинг банковских услуг / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В. В. Томилова. <p><i>Дополнительная литература</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Академия рынка. Маркетинг / пер. с фр. А. Дайан, Ф. Букерель [и др.]. М.: Экономика, 1993. 2. Анализ экономической деятельности клиентов банка: учебное пособие

	<p>/ под ред. О. И. Лаврушина. М.: ИНФРА-М, 1996.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Пластиковые карты / А. А. Андреев, М. Ю. Белов [и др.]. 4-е изд. М.: БДЦ-пресс, 2002. 4. Информация и риск в маркетинге / пер. с англ. Р. С. Базен [и др.] М.: АО Финстатинформ, 1993. 5. Банковская система России. Настольная книга банкира. М.: ДЕКА, 1995. 6. Банковское дело: стратегическое руководство. М.: Консалтбанкир, 1998. 7. Банковское дело / под ред. О. И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2003. 8. Гойденко Ю. Н. Цены на услуги коммерческих банков: теория и практика формирования: монография. Владивосток.: Изд-во Дальневост. ун-та, 2003. 9. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М.: Финпресс, 1998. 10. Голубков Е. П. Маркетинг. Словарь. М.: Экономика Дело Лтд, 1994. 11. Деньги. Кредит. Банки / под ред. Е. Ф. Жукова. М.: ЮНИТИ, 2003. 12. Деньги. Кредит. Банки / под ред. О. И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2001. 39 <p style="text-align: center;"><i>Нормативные правовые документы</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. О Национальном банке Кыргызской Республики: Закон Кыргызской Республики. 2. О банках и банковской деятельности: Закон Кыргызской Республики. 3. О консервации, ликвидации и банкротстве банков: Закон Кыргызской Республики. 4. О банковской тайне: Закон Кыргызской Республики. 5. О лицензионно-разрешительной системе в Кыргызской Республике: Закон Кыргызской Республики. 6. О кредитных союзах: Закон Кыргызской Республики. 7. О микрофинансовых организациях в Кыргызской Республике: Закон Кыргызской Республики. 8. О бухгалтерском учете: Закон Кыргызской Республики. 9. О защите банковских вкладов (депозитов): Закон Кыргызской Республики. <p style="text-align: center;"><i>Интернет-ресурсы</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.nbkr.kg 2. http://www.nalog.ru 3. http://www.bankir.ru
СРС	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика банковского маркетинга. 2. Особенности банковского маркетинга в коммерческом банке. 3. Цели банковской деятельности и цели маркетинга. 4. Развитие функций банковского маркетинга. 5. Тенденции развития банковской системы. 6. Основные виды маркетинга.

	<ol style="list-style-type: none"> 7. Характеристика маркетинга в зависимости от спроса. 8. Сегментация рынка банковских услуг. 9. Источники информации для маркетинговых исследований. 10. Задачи и приемы банковского маркетинга. 11. Методы установления цен на кредитные ресурсы. 12. Виды стратегических планов: бизнес-план, рабочий план и др. 13. Методика установления цен на депозитные операции. 14. Маркетинг депозитного рынка. 15. Маркетинг рынка ценных бумаг. 16. Особенности ценовой политики. 17. Цели стратегического планирования. 18. Методика установления цен на кредитные операции. 19. Реклама и ее возможности. 20. Виды рекламы. Отрицательные и положительные стороны рекламы. 21. Особенности рекламной деятельности. 22. Количественные и качественные показатели деятельности банков. 23. Объясните смысл понятия «банковский продукт». 24. Рынок банковских услуг. 25. Элементы маркетинга имеющие преобладающее значение в деятельности банка. 26. Маркетинговые шаги вице-президента банка по маркетингу. 27. Связь между ускорением расчетов и финансовым результатом банка. 28. Новые услуги для клиентов банка с позиции позиционирования банковского продукта. 29. Мероприятия по увеличению притока новых вкладов в банк. 30. Действия для расширения клиентской базы и повышения качества обслуживания. 31. Основные формы (виды) банковской конкуренции. 32. Специфика банковского маркетинга. 33. Концепции банковского маркетинга. 34. Специфические характеристики банковской продукции. 35. Уровни характеризующие банковский продукт. 36. Причины (факторы) вызывающие необходимость применения маркетинга в банковской сфере. 37. Основные цели банковского маркетинга.
Примечание	

Календарно-тематический план распределения часов с указанием недели, темы:

Дата:	Тема:	Кол-во час	Литература:	Подготовительные вопросы по модулям
1.09.20	Понятие и сущность банковского маркетинга.	2		Вопросы 1 модуля *
7.09.20	Концепция банковского маркетинга	2		
8.09.20	Особенности банковского маркетинга	2		
14.09.20	Исследование рынка банковских услуг.	2		
15.09.20	Сферы и виды маркетинговых исследований.	2		
21.09.20	Виды маркетинговой информации.	2		
22.09.20	Сегментирование рынка банковских услуг.	2		
28.09.20	Маркетинговый анализ рыночных возможностей.	2		
29.09.20	Стратегическое планирование в банке.	2		
5.10.20	Планирование продуктового ряда.	2		
6.10.20	Банковский продукт, банковская услуга и их уровни.	2		
12.10.20	Разработка продукта – новинки. Сервисная политика банка.	2		
13.10.20	Маркетинговые стратегии банка	2		
19.10.20	Ценовая политика в банке	2		
20.10.20	Формирование себестоимости и цены банковских услуг.	2		
26.10.20	Функция цены в банковском маркетинге.	2		
27.10.20	Особенности банковской услуги и цены.	2		

2.11.20	Организация сбыта банковских услуг.	2		
3.11.20	Комплекс маркетинговых коммуникаций в банке.	2		
9.11.20	Стратегия риска.	2		
10.11.20	Управление рисками.	2		Вопросы 3 модуля ***
16.11.20	Комплекс маркетинга в коммерческом банке (маркетинг-микс).	2		
17.11.20	Банковская конкуренция.	2		
23.11.20	Исследования в банковском маркетинге.	2		
24.11.20	Особенности рекламной деятельности кб	2		
30.11.20	Основные формы (виды) банковской конкуренции	2		
1.12.20	Методики оценки конкурентоспособности	2		
7.12.20	Маркетинг депозитного рынка.	2		
8.12.20	Маркетинг рынка ценных бумаг	2		
14.12.20	Подведение итогов	2		
Всего часов		60		

График самостоятельной работы студентов

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Суммы баллов
		октябрь				ноябрь						декабрь						
1	Текущий контроль					20						20						40 баллов
2	Срок сдачи СРС*																	

Примечание: График проведения рубежного и итогового контроля устанавливается учебным отделом.