Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 10.11.2026 20:46:32
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА БАНКОВСКОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

_____ Л. В. Крылова

«__» _____ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 МАРКЕТИНГ В БАНКЕ

(название дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)

Образовательная программа высшего образования: программа магистратуры

Направление подготовки: 38.04.08 Финансы и кредит (код, наименование)

Магистерская программа: Банковское дело (наименование)

Институт: учета и финансов

Форма обучения, курс: очная форма обучения, 2 курс; заочная форма обучения, 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в банке» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит,
Магистерской программы: Банковское дело,
разработанная в соответствии с с ОПОП ВО, для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Кушнир Ирина Николаевна, доцент, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры банковского дела
Протокол от «10» февраля 2026 года № 11
Зав. кафедрой банковского дела

_____ И.В. Попова
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Директор Института учета и финансов

_____ Л.И. Тымчина
(подпись) (инициалы, фамилия)

«24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель _____ Л.В. Крылова
(подпись)

© Кушнир И.Н., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика учебной дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 2</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.04.08 Финансы и кредит</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="4">Магистерская программа:
Банковское дело</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>2-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Общее количество

часов – 72</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 2
самостоятельной работы обучающегося – 0,45</td><td rowspan="2">Программа высшего образования – программа магистратуры</td><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>18 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>18 час.</td><td>10 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>- час.</td><td>- час.</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>8,1 час.</td><td>42,4час.</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>3 ТМК</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>Экзамен (2,4 час.)</td><td>Экзамен (2,4 час.)</td></tr>
</table>

* для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/проект (КР/КП)

для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/проект (КР/КП)

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 36/8,1
для заочной формы обучения – 18/42,4

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний и практических навыков относительно методов изучения и прогнозирования конъюнктуры денежного рынка банковских услуг, разработки стратегии развития операций банка.

Задачи учебной дисциплины: освоение теоретических основ современных маркетинговых концепций, используемых на рынке банковских продуктов (услуг); ознакомление с особенностями современного банковского маркетинга; освоение инновационных маркетинговых технологий в банковской сфере; формирование компетенций при принятии маркетинговых решений на рынке банковских продуктов (услуг).

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг в банке» относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение данной учебной дисциплины базируется на знаниях таких учебных дисциплин: «Актуальные проблемы финансов», «Финансовый анализ (продвинутый уровень)», «Математическое обеспечение финансовых решений», «Финансовый менеджмент», «Информационное обеспечение управления банком», «Система риск-менеджмента в банках», «Теория и практика финансовой устойчивости кредитной организации», «Финансовый менеджмент в банке», «Инвестиционная деятельность банков», учебная практика (виртуальная практика), научно-исследовательская работа студентов (НИР).

Учебная дисциплина является основополагающей для изучения таких учебных дисциплин: «Международное корпоративное и банковское право», «Финансовые рынки и финансово-кредитные институты», «Кредитование как банковский бизнес процесс», «Новые банковские технологии», «Налоговое планирование и контроль», прохождения производственной практики (производственной преддипломной практики), выполнение научно-исследовательской работы студентов (НИР), выполнения и защиты магистерской диссертации.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-3. Способен планировать, прогнозировать и формировать структуру оптимального портфеля банка	ИД-3ПК-3. Проводит мониторинг и осуществляет прогнозирование изменения цен на финансовых и товарно-сырьевых рынках, анализирует спрос на банковские услуги
ПК-7. Способен осуществлять финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг	ИД-1ПК-7. Предоставляет потребителю финансовых услуг информацию о состоянии и перспективах рынка, тенденциях в изменении курсов ценных бумаг, иностранной валюты, условиях по банковским продуктам и услугам ИД-2ПК-7. Владеет навыками организации продаж финансовых продуктов в рамках

	персонального финансового плана ИД-3ПК-7. Обеспечивает взаимодействие структурных подразделений организации при совместной деятельности; участие в планировании мероприятий, направленных на повышение качества финансового сервиса организации

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: свойства и особенности банковских продуктов и услуг, каналов их продвижения (сбыта) на рынке; методы исследования, анализа и сегментации рынка банковских услуг, продвижения продуктов (услуг) на рынке; составные части и порядок формирования маркетинговой стратегии, товарной политики и политики ценообразования на банковские продукты и услуги; каналы коммуникации банковских продуктов и услуг; методы стимулирования спроса на банковские продукты и услуги;

уметь: оценивать состояние рынка банковских услуг, занимаемого банком сегмента рынка и сопутствующих рисков с помощью системы показателей; использовать методы сегментации рынка, ценообразования, коммуникации, стимулирования спроса продвижения банковских продуктов (услуг) для укрепления позиций на рынке, повышения конкурентоспособности банка; обосновывать управленческие решения по совершенствованию маркетинговой стратегии банка, товарной, ценовой, сбытовой политик и политики в области коммуникаций банка;

владеть: методами сбора и обработки актуальной информации о состоянии банковской системы и деятельности кредитных организаций; приемами расчета финансовых показателей, характеризующих деятельность коммерческого банка; навыками оценки представленных на рынке банковских продуктов.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ 1. Маркетинг в банке.

Смысловой модуль 1. Понятие и сущность банковского маркетинга.

Тема 1. Маркетинг и его специфика в банковской сфере.

Смысловой модуль 2. Анализ банковского рынка.

Тема 2. Рынок банковских услуг, его сегментация, исследование и анализ.

Смысловой модуль 3. Маркетинговая стратегия банка и модели поведения банка на рынке банковских услуг.

Тема 3. Маркетинговая стратегия банка.

Тема 4. Товарная политика банка и политика ценообразования на банковские продукты иуслуги.

Тема 5. Продажа (сбыт) банковских продуктов и услуг.

Тема 6. Коммуникации банковских продуктов и услуг.

Тема 7. Стимулирование сбыта банковских продуктов и услуг.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	В том числе					всего	В том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Маркетинг в банке												
Смысловой модуль 1. Понятие и сущность банковского маркетинга.												
Тема 1. Маркетинг и его специфика	9	4	4	-	-	1	8	1	1	-	-	6

в банковской сфере.												
Итого по смысловому модулю 1	***9***	***4***	***4***	***-***	***-***	***1***	***8***	***1***	***1***	***-***	***-***	***6***
Смысловой модуль 2. Анализ банковского рынка.												
Тема 2. Рынок банковских услуг, его сегментация, исследование и анализ.	9	4	4	-	-	1	8	1	1	-	-	6
Итого по смысловому модулю 2	***9***	***4***	***4***	***-***	***-***	***1***	***8***	***1***	***1***	***-***	***-***	***6***
Смысловой модуль 3. Маркетинговая стратегия банка и модели поведения банка нарынке банковских услуг.												
Тема 3. Маркетинговая стратегия банка.	5	2	2	-	-	1	8	1	1	-	-	6
Тема 4. Товарная политика банка и политика ценообразования на банковские продукты и услуги.	5	2	2	-	-	1	8	1	1	-	-	6
Тема 5. Продажа (сбыт) банковских продуктов и услуг.	5	2	2	-	-	1	8	1	1	-	-	6
Тема 6. Коммуникации банковских продуктов и услуг.	5	2	2	-	-	1	8	1	1	-	-	6
Тема 7. Стимулирование сбыта банковских продуктов и услуг.	6,1	2	2	-	-	2,1	12,4	2	4	-	-	6,4
Итого по смысловому модулю 3	***26,1***	***10***	***10***	***-***	***-***	***6,1***	***44,4***	***6***	***8***	***-***	***-***	***30,4***
Итого	**44,1**	**18**	**18**	-	-	***8,1***	***60,4***	***8***	***10***	-	-	***42,4***
Катт	***0,9***	-	-	***0,9***			***1,2***	-	-	***1,2***	-	-
СРэк	***24,6***	-	-	-	-	***24,6***	-	-	-	-	-	-
ИК	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
КЭ	***2***	-	-	-	***2***	-	***2***	-	-	-	***2***	-
Каттэк	***0,4***	-	-	-	***0,4***	-	***0,4***	-	-	-	***0,4***	-
Контроль	-	-	-	-	-	-	***8***	-	-	-	***8***	-
Всего часов	***72***	***18***	***18***	***0,9***	***2,4***	***32,7***	***72***	***8***	***10***	***1,2***	***10,4***	***42,4***

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СРС – самостоятельная работа.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Маркетинг и его специфика в банковской сфере	4	1
2	Рынок банковских услуг, его сегментация, исследование и анализ	4	1
3	Маркетинговая стратегия банка	2	1
4	Товарная политика банка и политика ценообразования на банковские продукты и услуги	2	1
5	Продажа (сбыт) банковских продуктов и услуг	2	1
6	Коммуникации банковских продуктов и услуг	2	1
7	Стимулирование сбыта банковских продуктов и услуг	2	4
Всего		**18**	**10**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Маркетинг и его специфика в банковской сфере	1	6
2	Рынок банковских услуг, его сегментация, исследование и анализ	1	6
3	Маркетинговая стратегия банка	1	6
4	Товарная политика банка и политика ценообразования на банковские продукты и услуги	1	6
5	Продажа (сбыт) банковских продуктов и услуг	1	6
6	Коммуникации банковских продуктов и услуг	1	6
7	Стимулирование сбыта банковских продуктов и услуг	2,1	6,4
Всего		**8,1**	**42,4**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом или заменяются устным ответом;

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования с использованием дистанционной системы Moodle;

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания заменяются устным ответом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа.

2) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для текущего модульного контроля (ТМК)

1. Роль банковского маркетинга в формировании стратегии деятельности банка.
2. Исследование банковского рынка.
3. Методы исследования банковского рынка.
4. Формирование конкурентной среды коммерческого банка.
5. Маркетинговая стратегия коммерческого банка.
6. Ценообразование банковских услуг.
7. Разработка и направление поиска потенциальных клиентов.
8. SWOT – анализ при исследовании рынка банковских услуг.
9. Взаимосвязь активной и пассивной маркетинговой политики коммерческого банка.
10. Формирование и функционирование службы маркетинга в банке.
11. Управления банковским маркетингом в коммерческом банке.
12. Контроль в сфере банковского маркетинга.

13. Особенности банковского маркетинга и его специфика.
14. Место банковского маркетинга в формировании банковских учреждений.
15. Направления финансового маркетинга в банках.
16. Исследование капитала банка.
17. Исследование (изучение) обязательств коммерческого банка.
18. Способы и методы реализации (банковского) маркетинга в банке.
19. Продажа банковских продуктов.
20. Учет банковского риска в формировании маркетинга в банке
21. Методика разработки стратегического плана.
22. Маркетинг кредитного рынка.
23. Международный маркетинг.
24. Инструменты коммуникативной политики.
25. Методы установления цен на кредитные ресурсы.
26. Виды стратегических планов: бизнес-план, рабочий план и др.
27. Методика установления цен на депозитные операции.
28. Маркетинг депозитного рынка.
29. Маркетинг рынка ценных бумаг.
30. Особенности ценовой политики.
31. Цели стратегического планирования.
32. Методика установления цен на кредитные операции.
33. Реклама и ее возможности.
34. Виды рекламы. Отрицательные и положительные стороны рекламы.
35. Особенности рекламной деятельности.
36. Количественные и качественные показатели деятельности банков.

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- собеседование (темы 1-7)	2	14
- разноуровневые задачи и задания (темы 1-7)	2	14
- контрольная работа (ТМК 1)	4	4
- контрольная работа (ТМК 2)	4	4
- контрольная работа (ТМК 3)	4	4
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

Система оценивания по учебной дисциплине по заочной форме обучения*

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- собеседование (темы 1-7)	2	14
- разноуровневые задачи и задания (темы 1-7)	2	14
- контрольная работа (ТМК 1-3)	12	12
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*60*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Объективные предпосылки зарождения и активизации маркетинговой деятельности в банковской сфере.
2. Критерии ориентирования рынка кредитных услуг.
3. Содержание маркетинга в банковской сфере.
4. Сегментирование кредитно-финансовых учреждений.
5. Механизм отбора целевых рынков.
6. Подходы к стратегическому планированию.
7. Сущность и виды стратегий банковского маркетинга.
8. Виды банковских услуг.
9. Инновационная политика в банковской сфер.
10. Сущность сбытовой политики.
11. Сущность маркетинговых коммуникаций в банковской сфере.
12. Реклама в банковской сфере.
13. Банковский продукт и этапы его развития.
14. Жизненный цикл банковских услуг.
15. Ассортиментная политика в сфере банковских услуг.
16. Аудиторский контроль в банковской сфере.
17. Банковский маркетинг и его принципы.
18. Банковский маркетинга и его функции в банке.
19. Банковский продукт, его формирование и развитие.
20. Инструменты стимулирования сбыта банковских услуг.
21. Источники информации для исследования рынка банковских услуг.
22. Классификация рынков, как базовых категорий маркетинга.
23. Коммуникационная политика банка и ее инструменты.
24. Контроль маркетинга, его содержание.
25. Личная продажа банковских услуг.
26. Маркетинг в банке и его базовые категории.
27. Маркетинг и элементы маркетинга в обществе с рыночной экономикой.
28. Маркетинговые исследования рынка банковских продуктов.
29. Направления и категории сегментации банковского рынка.
30. Организация службы банковского маркетинга.
31. Организация службы маркетинга по географическому признаку.
32. Организация службы маркетинга по товарному признаку.
33. Организация службы маркетинга по функциональному признаку.
34. Основные средства бизнес-коммуникаций.
35. Особенности стимулирования сбыта в банковском маркетинге.
36. Политика банка в сфере сбыта.
37. Работа банков с общественностью относительно сбыта банковских услуг.
38. Разработка форм для сбора данных для исследования рынка банковских услуг.
39. Разработка форм для сбора данных для исследования рынка банковских услуг.
40. Реклама банковских услуг.
41. Реклама в системе банковского маркетинга.
42. Сегментация банковского рынка в зависимости от факторов сегментации потребительского банковского рынка.
43. Сегментация рынка и ее критерии.
44. Стимулирование сбыта банковских услуг.
45. Стратегии ценообразования на банковские услуги.
46. Стратегический маркетинг и его роль в банковской деятельности.
47. Стратегический маркетинговый план банка, его содержание и структура.
48. Сущность банковских услуг, их классификация.
49. Товарная политика банка.

50. Характеристика основных коммуникационных стратегий.
51. Ценовая политика банка.
52. Этапы установления цен на банковские продукты.
53. Этапы формирования стратегического плана маркетинговой деятельности банка.

13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу							**Максимальная сумма баллов**		
Смысловой модуль 1	Смысловой модуль 2	Смысловой модуль 3					Текущий контроль	Экзамен	Все виды учебной деятельности
8	8	24							
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	40	60	100
8	8	4	4	4	4	8			

Оценки по результатам промежуточной аттестации выставляются в соответствии со следующими критериями:

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**	**Определение**
90-100	5 «отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
75-89	4 «хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок
60-74	3 «удовлетворительно»	удовлетворительное выполнение со значительным количеством недостатков
менее 60	2 «неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации

14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Левченко, В.О. Маркетинг продаж [Текст]: учебное пособие [направления подготовки 38.04.01 «Экономика», магистерская программа «Маркетинг» для всех фом обучения] / В.О. Левченко; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». — Барнаул: Колмогоров И.А., 2021. — 213 с. — Локальная компьютерная сеть НБ ДОННУЭТ.
2. Шамис, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Шамис, Г.Г. Левкин. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124747.html (дата обращения: 23.08.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/124747

Дополнительная литература:

1. Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг [Электронный ресурс]: практическое пособие / С.Н. Бердышев. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 216 с. – ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/99365.html (дата обращения:

08.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Захарова, И.В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Захарова. — 2-е изд. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 166 с. — ISBN 978-5-4497-3479-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142501.html (дата обращения: 23.08.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Катаев, А.В. Digital-маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова. – Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. – 161 с. – ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: URL: http://www.iprbookshop.ru/100169.html (дата обращения: 08.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Колесникова, А.В. Основные аспекты банковского кредитования и розничный бизнес: учебное пособие / А.В. Колесникова, Я. В. Самойлова. — 2-е изд. — Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023. — 112 с. — ISBN 978-5-4228-0149-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135967.html (дата обращения: 23.08.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. Тавбулатова, З.К. Основы международного банкинга: учебное пособие / З.К. Тавбулатова, М.Р. Таштамиров. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 111 с. — ISBN 978-5-4497-1856-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135922.html (дата обращения: 23.08.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
6. Тропынина, Н.Е. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Е. Тропынина, О.М. Куликова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. – 142 с. – ISBN 978-5-7937-1821-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/102923.html (дата обращения: 08.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Учебно-методические издания:

1. Лазарева, И.Е. Маркетинг в банке [Текст]: конспект лекций / И.Е. Лазарева. — Донецк : [ДонНУЭТ], 2023. — Учебно-методический комплекс дисциплины.
2. Лазарева, И.Е. Маркетинг в банке [Текст]: методические указания для практических и семинарских занятий / И.Е. Лазарева. — Донецк: [ДонНУЭТ], 2022 . — Учебно-методический комплекс дисциплины.

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст : электронный.
2. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.ru. – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: http://www.iprbookshop.ru. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань: электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ: Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL:

https://polpred.com. – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru. – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Информио: электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru. – Текст : электронный.
9. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: https://biblioclub.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
10. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: http://liber.rea.ru/login.php. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
11. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: http://library.fa.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный ун-т. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 – . – URL: https://library.lib.sfedu.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Научная электронная библиотека elibrary.ru : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва: ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2024. – URL: https://elibrary.ru. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
14. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва: КиберЛенинка, 2012 – . – URL: http://cyberleninka.ru. – Текст : электронный.
15. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва: Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008 –]. – URL: https://rusneb.ru/ – Текст. Изображение : электронные.

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ООП ВО магистратуры перечень материально-технического обеспечения включает аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры финансов и экономической безопасности (проектор, ноутбук).

17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Кушнир Ирина Николаевна	По основному месту работы	Должность-доцент, ученая степень-кандидат экономических наук, ученое звание - доцент	1. Высшее. Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности, экономист. 2. Высшее. Правоведение, специалист по правоведению. 3. Высшее. Управление персоналом и экономика труда, магистр по экономике труда и управлению персоналом. диплом кандидата наук ДК № 004985	1. . Удостоверение о ПК №ПК/23/05/000178, 31.05.2023 «Налоги и налогообложение субъектов цифровой экономики», 144 ч., АНО ДПО "Санкт-Петербургский Межотраслевой Институт Повышения Квалификация", Санкт-Петербург 2. Удостоверение о ПК ПК/23/07/000155, 04.08.2023 «Налоговый учёт и отчётность в условиях цифровизации», 144 ч. АНО ДПО "Санкт-Петербургский Межотраслевой Институт Повышения Квалификация", Санкт-Петербург 3.Удостоверение о ПК №571803581155, 01.06.2023 «Управление устойчивым развитием территорий», 16 ч. ФГБОУ ВО "Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева", Орел 4. Удостоверение о ПК №ЦПК/23/06/000015, 30.06.2023 «Налоговая система Российской Федерации», 144 ч. АНОДПО "Центральный Межотраслевой Институт Повышения Квалификации", Москва 5. Удостоверение о ПК №ПК 243001-1, 30.01.2024 «Развитие платформенных моделей и экосистем в банковской сфере», 144 ч. АНОДПО "Учебный центр "Астарта", Симферополь 6. Сертификат о ПК №24/16, 06.06.2024 «Экономика и менеджмент», 8 ч. ФГБОУ ВО "Приазовский государственный технический университет", Мариуполь. 7. Удостоверение о ПК №ПК 252101-1, 21.01.2025 «Трансформация налогового администрирования в условиях диджитализации:: национальные особенности и зарубежный опыт», 144 ч. АНО ДПО "Учебный центр "Астарта", Симферополь 8. Удостоверение о ПК №ЦПК/25/10/2032, 02.10.2025 «Искусственный интеллект в банках:вызовы внедрения цифровых технологий», 144 ч. ООО "Многопрофильный Институт Повышения Квалификации и Центр Консалтинга", .Москва

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 МАРКЕТИНГ В БАНКЕ

Направление подготовки 38.04.08 Финансы и кредит
(код и наименование)

Магистерская программа: Банковское дело
(наименование)

Трудоемкость учебной дисциплины: 2 з.е.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

знать: свойства и особенности банковских продуктов и услуг, каналов их продвижения (сбыта) на рынке; методы исследования, анализа и сегментации рынка банковских услуг, продвижения продуктов (услуг) на рынке; составные части и порядок формирования маркетинговой стратегии, товарной политики и политики ценообразования на банковские продукты и услуги; каналы коммуникации банковских продуктов и услуг; методы стимулирования спроса на банковские продукты и услуги;

уметь: оценивать состояние рынка банковских услуг, занимаемого банком сегмента рынка и сопутствующих рисков с помощью системы показателей; использовать методы сегментации рынка, ценообразования, коммуникации, стимулирования спроса продвижения банковских продуктов (услуг) для укрепления позиций на рынке, повышения конкурентоспособности банка; обосновывать управленческие решения по совершенствованию маркетинговой стратегии банка, товарной, ценовой, сбытовой политик и политики в области коммуникаций банка;

владеть: методами сбора и обработки актуальной информации о состоянии банковской системы и деятельности кредитных организаций; приемами расчета финансовых показателей, характеризующих деятельность коммерческого банка; навыками оценки представленных на рынке банковских продуктов.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-3. Способен планировать, прогнозировать и формировать структуру оптимального портфеля банка	ИД-3ПК-3. Проводит мониторинг и осуществляет прогнозирование изменения цен на финансовых и товарно-сырьевых рынках, анализирует спрос на банковские услуги
ПК-7. Способен осуществлять финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг	ИД-1ПК-7. Предоставляет потребителю финансовых услуг информацию о состоянии и перспективах рынка, тенденциях в изменении курсов ценных бумаг, иностранной валюты, условиях по банковским продуктам и услугам ИД-2ПК-7. Владеет навыками организации продаж финансовых продуктов в рамках персонального финансового плана ИД-3ПК-7. Обеспечивает взаимодействие структурных подразделений организации при совместной деятельности; участие в планировании мероприятий, направленных на повышение качества финансового сервиса организации

Смысловые модули и темы учебной дисциплины:

Наименование смысловых модулей и тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Понятие и сущность банковского маркетинга. Тема 1. Маркетинг и его специфика в банковской сфере.

Смысловой модуль 2. Анализ банковского рынка. Тема 2. Рынок банковских услуг, его сегментация, исследование и анализ.

Смысловой модуль 3. Маркетинговая стратегия банка и модели поведения банка на рынке банковских услуг. Тема 3. Маркетинговая стратегия банка. Тема 4. Товарная политика банка и политика ценообразования на банковские продукты и услуги. Тема 5. Продажа (сбыт) банковских продуктов и услуг. Тема 6. Коммуникации банковских продуктов и услуг. Тема 7. Стимулирование сбыта банковских продуктов и услуг.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Разработчик:
Кушнир И.Н., к.э.н., доцент,
доцент кафедры банковского дела

Заведующий кафедрой банковского дела
Попова И. В., д.э.н., доцент

