

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03 Банковский маркетинг

38.04.08 Финансы и кредит

Корпоративный и банковский менеджмент

магистр

очная

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Банковский маркетинг» – формирование у магистрантов целостной системы знаний по теоретическим и прикладным аспектам управления банковским маркетингом и его спецификой в современных условиях российской банковской системы

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен осуществлять координацию деятельности организационных структур и стандартизацию процессов предоставления услуг по кредитному брокериджу	ПК-1.1 Владеет современными инструментами и методами координации деятельности организационных структур, в том числе подразделения по кредитному брокериджу	знает - основы стратегического менеджмента и маркетинга (08.016 C/01.7 Зн.1) умеет - сегментировать рынок банковских услуг с точки зрения различных критериев владеет навыками - принятия и обоснования организационно-управленческих решений в процессе управления в банке, навыками подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области маркетинговой политики
ПК-4 Способен применять методы и механизмы построения системы управления казначейством банка с риском ликвидности, процентным и валютным рисками	ПК-4.1 Владеет методами управления риском ликвидности, процентным и валютным риском, понимает программный инструментарий по построению эффективных систем управления и отчетности	знает - основные банковские продукты и финансовые инструменты (08.007 D/01.7 Зн.1) умеет - применять маркетинговые аспекты управления банком, использовать банковские инструменты и подходы, реагировать на изменения среды в финансово-кредитной сфере, регистрировать параметры окружающей среды владеет навыками - реализации маркетинговой политики в банке, направленной на построение эффективной системы управления
ПК-5 Способен разрабатывать планы стратегического развития банка, осуществлять процессы управления казначейством банка стоимостью ресурсов и структурой портфелей	ПК-5.2 Формирует планы стратегического развития, планирует и прогнозирует факторы, влияющие на стоимость привлечения и размещения ресурсов	знает - основных этапов маркетингового процесса в коммерческом банке; подходов к организации маркетинговых служб в коммерческом банке умеет - разрабатывать структуру стратегического плана деятельности коммерческого банка; составлять структуру бизнес-плана деятельности отдельных подразделений коммерческого банка владеет навыками - мониторинг казначейством банка финансового рынка, прогнозирование изменения спроса на

		банковские услуги (08.007 Е/02.7 ТД.1) - формирование казначейством банка модели планирования оптимальной системы портфелей банка (08.007 Е/02.7 ТД5)
--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Банковский маркетинг» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 3 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Банковский маркетинг» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Практика по профилю профессиональной деятельности

Риск-менеджмент

Ресурсная политика коммерческого банка

Организационные структуры управления банком
Практика по профилю профессиональной деятельности

Практика по профилю профессиональной деятельности

Риск-менеджмент

Ресурсная политика коммерческого банка

Организационные структуры управления банком
Риск-менеджмент

Практика по профилю профессиональной деятельности

Риск-менеджмент

Ресурсная политика коммерческого банка

Организационные структуры управления банком
Ресурсная политика коммерческого банка

Практика по профилю профессиональной деятельности

Риск-менеджмент

Ресурсная политика коммерческого банка

Организационные структуры управления банком
Организационные структуры управления банком

Практика по профилю профессиональной деятельности

Риск-менеджмент

Ресурсная политика коммерческого банка

Организационные структуры управления банком
Кредитный брокеридж

Освоение дисциплины «Банковский маркетинг» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Преддипломная практика

Корпоративное управление

Платежная система и платежные услуги

Управление стоимостью компании

Платежная инфраструктура международных финансов и банков

Стратегический финансовый менеджмент

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

Общая трудоемкость дисциплины «Банковский маркетинг» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
3	108/3	10	16		82		За

3.3.	Система маркетингового контроля	3	4	2	2		8		Тест	
3.4.	Банковская конкуренция	3	1		1		8		Тест	
3.5.	Контрольная точка № 3	3	1		1		4	КТ 3	Контрольная работа	
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		108	10	16		82			
	Итого		108	10	16		82			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Содержание и специфика банковского маркетинга	Содержание и специфика банковского маркетинга. Факторы, вызвавшие необходимость применения маркетинга в банковской сфере	/-
Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке	Цели маркетинга в банке. Задачи маркетинга в банке. Характер маркетинговой деятельности. Принципы маркетинга. Основные проблемы банковского маркетинга. Активный и пассивный маркетинг	2/-
Организация маркетинговой деятельности в банке	Организация маркетинговой деятельности в банке. Цели и задачи банка	/-
Выявление имеющихся возможностей банка	Оценка имеющихся возможностей банка. Анализ баланса банка. Функциональный анализ. Структурный анализ. Структура средств – Брутто. Анализ структуры активных операций. Анализ структуры доходов. Анализ структуры расходов. Анализ прибыли. Показатели рентабельности. Операционный анализ	/-
Анализ рыночных возможностей	Система маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Источники внутренней информации. Система сбора внешней информации. Система маркетинговых исследований. Выявление проблем и формулировка целей исследования. Формулировка постановка проблемы целей. Отброс источников информации. Сбор информации. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования. Система анализа информации. Среда маркетинга. Микросреда. Макросреда. Розничный и оптовый рынок. Факторы, оказывающие влияние на клиента. Мотивы клиента. Оптовый рынок. Выявление маркетинговых возможностей	2/-

Отбор целевых рынков	Изучение спроса. Сегментирование рынка. Отбор целевых сегментов. Позиция банковских услуг на рынке	2/-
Система планирования	Стратегическое планирование. Планирование комплекса маркетинга. Продуктовая стратегия. Ценовая стратегия. Стратегия реализации. Коммуникационная стратегия	2/-
Организационная структура и маркетинговая служба банка	Бюрократические организационные структуры. Адаптивные организационные структуры. Централизованные организационные структуры	/-
Система маркетингового контроля	Виды маркетингового контроля. Контроль за выполнением планов. Контроль за рентабельностью. Ревизия маркетинга	2/-
Банковская конкуренция	Особенностями банковской конкуренции. Закономерности банковской конкуренции. Структура информации о конкурентах. Анализ стратегии конкурента. Оценка стратегических возможностей конкурента	/-
Итого		10

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Содержание и специфика банковского маркетинга	Содержание и специфика банковского маркетинга	Пр	2/-/2
Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке	Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке	Пр	2/-/2
Организация маркетинговой деятельности в банке	Организация маркетинговой деятельности в банке	Пр	0/-/-
Выявление имеющихся возможностей банка	Выявление имеющихся возможностей банка	Пр	0/-/-
Контрольная точка № 1	Контрольная точка № 1	Пр	1/-/1
Анализ рыночных возможностей	Анализ рыночных возможностей	Пр	2/2/2
Отбор целевых рынков	Отбор целевых рынков	Пр	2/2/2
Контрольная точка № 2	Контрольная точка № 2	Пр	1/-/1
Система планирования	Система планирования	Пр	2/-/2

Организационная структура и маркетинговая служба банка	Организационная структура и маркетинговая служба банка	Пр	0/-/-
Система маркетингового контроля	Система маркетингового контроля	Пр	2/2/2
Банковская конкуренция	Банковская конкуренция	Пр	1/-/1
Контрольная точка № 3	Контрольная точка № 3	Пр	1/-/1
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Содержание и специфика банковского маркетинга	6
Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке	8
Организация маркетинговой деятельности в банке	8
Выявление имеющихся возможностей банка	8
Контрольная точка № 1	4
Анализ рыночных возможностей	8

Отбор целевых рынков	8
Контрольная точка № 2	4
Система планирования	8
Организационная структура и марке-инговая служба банка	0
Система маркетингового контроля	8
Банковская конкуренция	8
Контрольная точка № 3	4

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Банковский маркетинг» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Банковский маркетинг».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Банковский маркетинг».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (контрольная работа) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Содержание и специфика банковского маркетинга. Содержание и специфика банковского маркетинга	Л1.1, Л1.7, Л1.8	Л2.1	
2	Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке. Основные цели, задачи и принципы маркетинга в банке			
3	Организация маркетинговой деятельности в банке. Организация маркетинговой деятельности в банке	Л1.10		Л3.5
4	Выявление имеющихся возможностей банка. Выявление имеющихся возможностей банка			
5	Контрольная точка № 1. Контрольная точка № 1			
6	Анализ рыночных возможностей. Анализ рыночных возможностей			
7	Отбор целевых рынков. Отбор целевых рынков			
8	Контрольная точка № 2. Контрольная точка № 2			
9	Система планирования. Система планирования			
10	Организационная структура и маркетинговая служба банка. Организационная структура и маркетинговая служба банка			
11	Система маркетингового контроля. Система маркетингового контроля			
12	Банковская конкуренция. Банковская конкуренция			
13	Контрольная точка № 3. Контрольная			

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Банковский маркетинг»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
ПК-1.1: Владеет современными инструментами и методами координации деятельности организационных структур, в том числе подразделения по кредитному брокериджу	Банковский менеджмент			x	
	Кредитный брокеридж	x			
	Организационные структуры управления банком		x		
	Преддипломная практика				x
	Ресурсная политика коммерческого банка		x		
	Стратегический финансовый менеджмент				x
	Управление финансовыми рисками			x	
ПК-4.1: Владеет методами управления риском ликвидности, процентным и валютным риском, понимает программный инструментарий по построению эффективных систем управления и отчетности	Аудит бухгалтерского учета кредитных организациях			x	
	Аудит, отчетность и финансовый консалтинг			x	
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01.02			x	
	Практика по профилю профессиональной деятельности		x		
	Риск-менеджмент		x		
	Управление стоимостью компании				x
	Цифровые информационные системы и финансовые технологии			x	
ПК-5.2: Формирует планы стратегического развития, планирует и прогнозирует факторы, влияющие на стоимость привлечения и размещения ресурсов	Аудит бухгалтерского учета кредитных организациях			x	
	Аудит, отчетность и финансовый консалтинг			x	
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01.02			x	
	Комплаенс в системе корпоративного управления			x	
	Преддипломная практика				x
	Ресурсная политика коммерческого банка		x		
	Финансовое и банковское законодательство			x	

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Банковский маркетинг» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения

обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Банковский маркетинг» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
3 семестр			
КТ 1	Контрольная работа		10
КТ 2	Контрольная работа		10
КТ 3	Контрольная работа		10
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
3 семестр			

КТ 1	Контрольная работа	10	<p>Контрольная работа №1 включает два теоретических вопроса (оценка знаний –маж 5 баллов – за каждый вопрос по 2,5 балла) и 2 практико-ориентированных задания (оценка умений и навыков – маж 5 баллов).</p> <p>Критерии оценки ответа на 1 и 2 теоретические вопросы:</p> <p>2,5 балла – выставляется обучающемуся, если даны исчерпывающие, аргументированные от-веты на все поставленные вопросы, продемонстрировано знание учебного материала, нормативных документов и рекомендованной литературы, показаны максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий;</p> <p>2 балла – выставляется обучающемуся, если дан правильный, но не достаточно аргументиро-ванный ответы на поставленный вопросы с опорой на нормативные документы и на учебную лите-ратуру; показаны знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий, но их обоснование недостаточно полно;</p> <p>1,5 балла – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение форму-лировать свои знания по данному вопросу;</p> <p>1 балл – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;</p> <p>0,5 балла – при полном несоответствии всем критериям;</p> <p>0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.</p> <p>2,5 баллов выставляется обучающемуся, если задача решена верно;</p> <p>2 балла выставляется, если при решении задачи были допущены арифметические ошибки;</p> <p>0 баллов – задача не решена</p>
------	--------------------	----	--

КТ 2	Контрольная работа	10	<p>Контрольная работа №2 включает два теоретических вопроса (оценка знаний –маж 5 баллов – за каждый вопрос по 2,5 балла) и 2 практико-ориентированных задания (оценка умений и навыков – маж 5 баллов).</p> <p>Критерии оценки ответа на 1 и 2 теоретические вопросы:</p> <p>2,5 балла – выставляется обучающемуся, если даны исчерпывающие, аргументированные от-веты на все поставленные вопросы, продемонстрировано знание учебного материала, нормативных документов и рекомендованной литературы, показаны максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий;</p> <p>2 балла – выставляется обучающемуся, если дан правильный, но не достаточно аргументиро-ванный ответы на поставленный вопросы с опорой на нормативные документы и на учебную лите-ратуру; показаны знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий, но их обоснование недостаточно полно;</p> <p>1,5 балла – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение форму-лировать свои знания по данному вопросу;</p> <p>1 балл – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;</p> <p>0,5 балла – при полном несоответствии всем критериям;</p> <p>0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.</p> <p>2,5 баллов выставляется обучающемуся, если задача решена верно;</p> <p>2 балла выставляется, если при решении задачи были допущены арифметические ошибки;</p> <p>0 баллов – задача не решена</p>
------	--------------------	----	--

КТ 3	Контрольная работа	10	<p>Контрольная работа №3 включает два теоретических вопроса (оценка знаний –маж 5 баллов – за каждый вопрос по 2,5 балла) и 2 практико-ориентированных задания (оценка умений и навыков – маж 5 баллов).</p> <p>Критерии оценки ответа на 1 и 2 теоретические вопросы:</p> <p>2,5 балла – выставляется обучающемуся, если даны исчерпывающие, аргументированные ответы на все поставленные вопросы, продемонстрировано знание учебного материала, нормативных документов и рекомендованной литературы, показаны максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий;</p> <p>2 балла – выставляется обучающемуся, если дан правильный, но не достаточно аргументированный ответы на поставленный вопросы с опорой на нормативные документы и на учебную литературу; показаны знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий, но их обоснование недостаточно полно;</p> <p>1,5 балла – показано понимание, но неполное знание вопроса, недостаточное умение формулировать свои знания по данному вопросу;</p> <p>1 балл – при несоответствии ответа, либо при представлении только плана ответа;</p> <p>0,5 балла – при полном несоответствии всем критериям;</p> <p>0 баллов – при полном отсутствии текста (ответа), имеющего отношение к вопросу.</p> <p>2,5 баллов выставляется обучающемуся, если задача решена верно;</p> <p>2 балла выставляется, если при решении задачи были допущены арифметические ошибки;</p> <p>0 баллов – задача не решена</p>
------	--------------------	----	--

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Банковский маркетинг» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Банковский маркетинг»

Вопросы к зачету

1. Объясните смысл понятия «банковская продукция»?
2. Охарактеризуйте рынок банковских услуг.
3. Какие элементы маркетинга имеют преобладающее значение в деятельности банка и почему?
4. Как бы Вы раскрыли понятие «комплекс маркетинга»?
5. Какие маркетинговые шаги Вы бы осуществили, став вице- президентом банка по маркетингу?
6. Какова связь между ускорением расчетов и финансовым результатам банка? В чем она конкретно выражается?
7. Какие новые услуги для клиентов банка Вы могли бы предложить?
8. Какие мероприятия могли бы увеличить приток новых вкладов в банк?
9. Согласны ли Вы с утверждением, что банковский маркетинг направлен в первую очередь на ускорение денежного оборота? Если да, то что банку необходимо для этого делать?
10. Какие конкретные действия Вы могли бы предложить для расширения клиентской базы и повышения качества обслуживания?
11. Как Вы понимаете термин «конкурентоспособность»?
12. Для чего нужно проводить анализ стратегии конкурентов?
13. Какие основные формы (виды) банковской конкуренции?
14. Как Вы понимаете смысл понятия «управление конкурентоспособностью»?
15. В чем специфика банковского маркетинга?
16. Какие концепции маркетинга Вы знаете?
17. Каковы специфические характеристики банковской продукции?
18. Какими уровнями характеризуется банковский продукт?
19. Какие причины (факторы) вызывают необходимость применения маркетинга в банковской сфере?
20. Назовите основные цели банковского маркетинга.
21. Какие основные задачи маркетинга Вы можете перечислить?
22. Какие цели маркетинга Вы бы сформулировали, будучи руководителем маркетингового направления?
23. Как бы Вы дополнили перечень задач маркетинга в банке?
24. Какими показателями оперирует маркетинг?
25. Как Вы понимаете ступенчатый характер маркетинговой деятельности?
26. Какие основные принципы маркетинга Вам известны?
27. Можете ли Вы дополнить перечень принципов маркетинга?
28. Какими приемами пользуются маркетологи?

29. Что такое «активный» и «пассивный» маркетинг?
30. Что такое «фокус-группа» и ее назначение ?

Практические задания:

Задача 1: Увеличение депозитной базы

Один из банков стремится увеличить свою депозитную базу на 15% за год. Текущий объем депозитов составляет 200 миллионов рублей. Рассчитать необходимую ежемесячную приростную долю депозитов, чтобы достичь поставленной цели.

Задача 2: Привлечение новых клиентов

Банк планирует увеличить количество новых клиентов на 25% в течение 6 месяцев. Текущий ежемесячный прирост новых клиентов составляет 300 человек. Рассчитать, на сколько новых клиентов должен увеличить банк свой прирост каждый месяц, чтобы достичь целевого показателя.

Решение:

Задача 3: Расчет эффективности рекламной кампании

Банк провел рекламную кампанию, которая стоила 1,5 миллиона рублей. В результате было привлечено 2000 новых клиентов. Рассчитать стоимость привлечения одного клиента (CPL - Cost Per Lead).

Задача 4: Возврат инвестиций (ROI)

За квартал банк вложил 3 миллиона рублей в маркетинговые акции, что позволило привлечь 5000 новых клиентов, каждый из которых принёс банку прибыль в 1000 рублей. Рассчитать возврат инвестиций (ROI).

Задача 5: Прогнозирование объема продаж

Банк планирует увеличить продажи своих новых кредитных продуктов на 10% в течение следующего года. Текущие годовые продажи составляют 50 миллионов рублей. Рассчитать прогнозируемый объем продаж на следующий год.

Задача 6: Определение оптимального бюджета на маркетинг

Банк планирует выделять на маркетинговые акции 8% от общей суммы депозитов. Если объем депозитов банка составляет 500 миллионов рублей, рассчитать оптимальный бюджет на маркетинг.

Вопросы для собеседования

1. Охарактеризуйте рынок банковских услуг.
2. Какие элементы маркетинга имеют преобладающее значение в деятельности банка и почему?
3. Как бы Вы раскрыли понятие «комплекс маркетинга»?
4. Какие маркетинговые шаги Вы бы осуществили, став вице- президентом банка по маркетингу?
5. Какова связь между ускорением расчетов и финансовым результатам банка? В чем она конкретно выражается?
6. Какие новые услуги для клиентов банка Вы могли бы предложить?
7. Какие мероприятия могли бы увеличить приток новых вкладов в банк?

Тематика докладов

1. Банковский маркетинг и его развитие в России.
2. Специфика и концепции банковского маркетинга...
3. Банковский маркетинг в системе управления банковской деятельностью
4. Современные маркетинговые технологии

Тестовые задания

Что такое банковский маркетинг?

А) Привлечение клиентов путем снижения процентных ставок

В) Комплекс мероприятий по продвижению банковских услуг и удовлетворению

потребностей клиентов

- C) Увеличение числа сотрудников в банке
- D) Процесс кредитования только юридических лиц

2. Какой из следующих элементов не является частью маркетинговой стратегии банка?

- A) Продукт
- B) Цена
- C) Прогнозирование экономического роста
- D) Продвижение

3. Какой инструмент используется для оценки потребностей клиентов в банковских услугах?

- A) SWOT-анализ
- B) Опрос
- C) Исторические данные
- D) Конкуренция

4. Что такое сегментация рынка в банковском маркетинге?

- A) Процесс создания новых услуг
- B) Разделение рынка на группы потребителей с общими характеристиками
- C) Увеличение численности сотрудников
- D) Принятие новых законов

5. Какой из перечисленных факторов не влияет на принятие решения клиентом о выборе банка?

- A) Процентные ставки
- B) Удобство расположения офиса
- C) Цвет логотипа банка
- D) Качество обслуживания

6. Какой тип маркетинга предполагает взаимодействие с потребителями через интернет?

- A) Традиционный маркетинг
- B) Онлайн-маркетинг
- C) Профессиональный маркетинг
- D) Холодные звонки

7. Какой из следующих методов является традиционным инструментом продвижения банковских услуг?

- A) Социальные сети
- B) Телевизионная реклама
- C) Email-маркетинг
- D) Контент-маркетинг

8. Что из перечисленного относится к уникальному предложению банка?

- A) Бесплатное обслуживание
- B) Высокие процентные ставки
- C) Надежность и безопасность
- D) Широкий выбор продуктов

9. Какой из следующих показателей служит ключевым индикатором эффективности банковского маркетинга?

- A) Число сотрудников
- B) Уровень удовлетворенности клиентов
- C) Объем операционных затрат
- D) Цвет банкомата

10. Как называется процесс, когда банк анализирует, как его реклама воспринимается клиентами?

- A) SWOT-анализ
- B) Анализ отзывов
- C) Мониторинг репутации
- D) Оптимизация бюджета

11. Что из перечисленного является целью рекламной кампании банка?

- A) Снижение заработной платы сотрудников

- В) Увеличение числа клиентов
- С) Закрытие офисов
- Д) Продление сроков кредитования

12. Какой метод исследования рынка наиболее актуален для изучения потребительских предпочтений?

- А) Анализ публикаций
- В) Фокус-группы
- С) Наблюдение
- Д) Математическое моделирование

13. Что такое брендинг в контексте банковского маркетинга?

- А) Установка банкоматов
- В) Создание и продвижение имиджа банка
- С) Открытие новых филиалов
- Д) Заказ рекламных материалов

14. Какой из следующих показателей не относится к финансовым показателям банка?

- А) Чистая прибыль
- В) Число клиентов
- С) Коэффициент ликвидности
- Д) Доходность активов

15. Какой аспект клиентского обслуживания является самым важным?

- А) Скорость обслуживания
- В) Уровень комфорта
- С) Внешний вид сотрудников
- Д) Программное обеспечение

16. Какой из следующих аспектов определяет цену банковской услуги?

- А) Только внутренние затраты банка
- В) Конкуренция и рыночные условия
- С) Строгое соблюдение норм законодательства
- Д) Личное мнение руководства банка

17. Какой термин описывает процесс создания нематериальной ценности для клиента банком?

- А) Инновация
- В) Услуга
- С) Бренд
- Д) Сервис

18. Что из перечисленного является основным преимуществом онлайн-банкинга?

- А) Высокие комиссии
- В) Ограничение по времени работы
- С) Удобство доступа 24/7
- Д) Личное общение с менеджером

19. Какой метод используется для изучения поведения клиентов банка через анализ данных?

- А) Моделирование
- В) Бенчмаркинг
- С) Анализ больших данных
- Д) Опросы

20. Что из перечисленного не является целевой аудиторией банка?

- А) Физические лица
- В) Малые предприятия
- С) Компании с высокой капитализацией
- Д) Политические партии

Практические задания:

Задача 1: Увеличение депозитной базы

Один из банков стремится увеличить свою депозитную базу на 15% за год. Текущий объем

депозитов составляет 200 миллионов рублей. Рассчитать необходимую ежемесячную приростную долю депозитов, чтобы достичь поставленной цели.

Задача 2: Привлечение новых клиентов

Банк планирует увеличить количество новых клиентов на 25% в течение 6 месяцев. Текущий ежемесячный прирост новых клиентов составляет 300 человек. Рассчитать, на сколько новых клиентов должен увеличить банк свой прирост каждый месяц, чтобы достичь целевого показателя.

Решение:

Задача 3: Расчет эффективности рекламной кампании

Банк провел рекламную кампанию, которая стоила 1,5 миллиона рублей. В результате было привлечено 2000 новых клиентов. Рассчитать стоимость привлечения одного клиента (CPL - Cost Per Lead).

Задача 4: Возврат инвестиций (ROI)

За квартал банк вложил 3 миллиона рублей в маркетинговые акции, что позволило привлечь 5000 новых клиентов, каждый из которых принёс банку прибыль в 1000 рублей. Рассчитать возврат инвестиций (ROI).

Задача 5: Прогнозирование объема продаж

Банк планирует увеличить продажи своих новых кредитных продуктов на 10% в течение следующего года. Текущие годовые продажи составляют 50 миллионов рублей. Рассчитать прогнозируемый объем продаж на следующий год.

Задача 6: Определение оптимального бюджета на маркетинг

Банк планирует выделять на маркетинговые акции 8% от общей суммы депозитов. Если объем депозитов банка составляет 500 миллионов рублей, рассчитать оптимальный бюджет на маркетинг.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Ершов В. Д. Промышленная технология продукции общественного питания [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: ГИОРД, 2011. - 232 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/books/element.php?p11_cid=25&p11_id=4882

Л1.2 Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Специалитет. - Москва: Дашков и К, 2017. - 260 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93392>

Л1.3 Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Дашков и К, 2017. - 266 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93409>

Л1.4 Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 589 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=1003504>

Л1.5 Синяева И. М. Маркетинг для магистров [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Аспирантура, Магистратура. - Москва: Вузовский учебник, 2018. - 368 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=371579>

Л1.6 Синяева И. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Дашков и К, 2021. - 252 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/229448>

Л1.7 Вискова И. А. Банковский маркетинг:учеб.-метод. пособие для вузов по специальности "Банковский менеджмент". - Оренбург: ОГАУ, 2006. - 148 с.

- Л1.8 Склярова Ю. М., Скляров И. Ю., Гурнович Т. Г., Латышева Л. А., Лапина Е. Н., Кулешова Л. В., Остапенко Е. А., Скребцова Т. В., Собченко Н. В., Шамрина С. Ю. Маркетинг банковских услуг: учебное пособие для самостоятельной работы магистрантов программы «Банки и банковское дело» направления 080100.68 – «Экономика». - Ставрополь: АГРУС, 2013. - 1,04 МБ
- Л1.9 Куренная В. В., Аливанова С. В., Чередниченко О. А., Рыбасова Ю. В. Основы маркетинга: рабочая тетр. для практ. заданий и самостоят. работы [для студентов направления 38.03.04 – Гос. и муницип. упр.]. - Ставрополь, 2019. - 0,99 МБ
- Л1.10 Мелентьева О. В. Маркетинг в банке [Электронный ресурс]: учеб. пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.01 «экономика», профиль «маркетинг», профиль «рекламный бизнес», программы бакалавриата всех форм обучения. - Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2022. - 164 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/322988>

дополнительная

Л2.1 Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. - 260 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=513272>

Л2.2 Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: сборник статей. - Москва: ООО "Альпина Паблицер", 2016. - 224 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=924980>

Л2.3 Синяева И. М., Земляк С. В. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс]: учебник; ВО - Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. - 548 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=415418>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Синяева И. М., Земляк В. В., Синяев В. В. Маркетинг торговли [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет. - Москва: Дашков и К, 2014. - 752 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56245

Л3.2 Морозов Ю. В., Гришина В. Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Дашков и К, 2016. - 448 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93346>

Л3.3 Тюрин Д. В., Карпова С. В., Гадиев Г. А., Жильцов Д. А. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник и практикум; ВО - Бакалавриат. - Москва: Дашков и К, 2017. - 366 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103724>

Л3.4 Козленко Н. Н., Ларионов Г. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие (в схемах) ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 106 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=514651>

Л3.5 Басовский Л. Е., Басовская Е. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 233 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=391310>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Официальный сайт справочной правовой системы "КонсультантПлюс"	http://www.consultant.ru/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Банковский маркетинг» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы обучающихся. Практические занятия дисциплины «Банковский маркетинг» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций. Изучение дисциплины завершается экзаменом.

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Основную организационную форму обучения, направленную на первичное овладение знаниями, представляет собой лекция и практическое занятие.

Лекционные занятия предназначены для обсуждения наиболее важных тем, вызывающих затруднения при самостоятельном изучении учебного материала. Лекции, прочитанные в период кон-тактного обучения, помогают наметить план самостоятельного изучения дисциплины, определяют темы, на которые необходимо обратить особое внимание.

В ходе лекционных занятий необходимо кратко вести конспектирование учебного материала. Следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, характерные особенности, а также сведения, которые может не найти в учебных изданиях по дисциплине.

Обучающемуся необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Практические занятия составляют важную часть профессиональной подготовки. Основная цель проведения практических занятий – формирование у обучающихся аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

При подготовке к практическим занятиям необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

По дисциплине проводится собеседование с обучающимися для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме практического занятия (обучающиеся должны знать ответы на поставленные вопросы). По результатам опроса выставляется оценка за практическое занятие.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудиторий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
-------	---	-----------------	---

1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-140	Бизнес центр «Лаборатория банковских технологий и аналитики» Оснащение: специализированная мебель на 36 посадочных мест, персональный компьютер (моноблок) - 1шт., ноутбуки – 10 шт., флип-чарт – 1 шт., интерактивная панель, учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные стенды, интерактивная карта СКФО, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
		Э-140	Бизнес центр «Лаборатория банковских технологий и аналитики» Оснащение: специализированная мебель на 36 посадочных мест, персональный компьютер (моноблок) - 1шт., ноутбуки – 10 шт., флип-чарт – 1 шт., интерактивная панель, учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные стенды, интерактивная карта СКФО, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		Читальный зал научной библиотеки	Специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Банковский маркетинг» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 991).

Автор (ы)

_____ доц. , кэн Остапенко Е.А.

Рецензенты

_____ доц. , кэн Томилина Е.П.

_____ доц. , кэн Шамрина С.Ю.

Рабочая программа дисциплины «Банковский маркетинг» рассмотрена на заседании Кафедра банковского дела протокол № 27 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит

Заведующий кафедрой _____ Склярова Юлия Михайловна

Рабочая программа дисциплины «Банковский маркетинг» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит

Руководитель ОП _____