

Приложение

К ООП по специальности/профессии

**38.02.07 Банковское дело**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПЦ.15 Банковский маркетинг**

2024

Программу составили:

1. Астафьев Виктор Александрович

Дисциплина: ОПЦ.15 Банковский маркетинг

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело утверждённым приказом Минобрнауки России от 14.11.2023 г. №856.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «38.02.07 Банковское дело»

## **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №9 от 20.05.2024

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОПЦ.15 Банковский маркетинг

*(наименование дисциплины)*

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.15 Банковский маркетинг является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «38.02.07 Банковское дело» по специальности . Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов.
2. ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
3. ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
4. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
5. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
6. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
7. ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
8. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
9. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
10. ЛР 13 Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением

и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

11. ЛР 14 Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

12. ЛР 15 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01., ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15	провести маркетинговое исследование по заданному направлению; привести сегментацию рынка пр типовой методике; определить конкурентные преимущества банка по результатам исследования рынка.	сущность основных концепций маркетинга, методы и технологии проведения маркетинговых исследований, состав комплекса маркетинга; специфику реализации комплекса маркетинга в банковской деятельности, вызванную особенностями продукта и клиентов банка.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в часах</b>
Лекционные занятия	24
Практические занятия	2
Практическая подготовка	46
Общий объем образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	72
<b>Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.15 Банковский маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	
Тема 1 Содержание и специфика банковского маркетинга	Содержание учебного материала			ПК 2.2., ОК 05., ЛР 14, ЛР 15, ОК 06., ОК 04., ОК 09., ОК 03., ОК 07., ОК 02., ОК 01., ЛР 13	
	1	Лекционные занятия №1 Банковский маркетинг: особенности, принципы и технологии	2		1
	2	Лекционные занятия №2 Банковские операции, продукты и услуги	2		1
	3	Практические занятия №1 Банковские операции, продукты и услуги	2		2
	4	Лекционные занятия №3 Маркетинговые возможности банка	2		1
	5	Лекционные занятия №4 Внутренняя и внешняя среда банка и ее влияние	2		1
	6	Практическая подготовка №1 Внутренняя и внешняя среда банка и ее влияние	4		2
Тема 2 Маркетинговая информационная система	Содержание учебного материала			ОК 05., ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 02., ОК 01., ОК 06., ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ОК 03., ОК 04.	
	1	Лекционные занятия №5 Маркетинговая информационная система в банке	2		1
	2	Практическая подготовка №2 Маркетинговая информационная система в банке	4		2
	3	Лекционные занятия №6 Система взаимоотношений с клиентами	2		1
	4	Практическая подготовка №3 Маркетинговые исследования рынка	4		2
	5	Практическая подготовка №4 Анализ маркетинговой среды банка	4		2
Тема 3 Сегментирование и отбор целевых рынков	Содержание учебного материала			ОК 06., ОК 04., ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 02., ОК 01., ЛР 13, ОК 05., ЛР 14, ЛР 15, ОК 03.	
	1	Лекционные занятия №7 Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	2		1
	2	Практическая подготовка №5 Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	4		2
	3	Лекционные занятия №8 Стратегии охвата, позиционирование	2		1
	4	Практическая подготовка №6 Стратегии охвата, позиционирование	4		2
Тема 4 Планирование комплекса маркетинга банковских услуг	Содержание учебного материала			ОК 04., ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 02., ОК 01., ОК 05., ЛР 14, ЛР 15, ОК 03., ОК 06., ЛР 13	
	1	Лекционные занятия №9 Комплекс маркетинга (4Р). Банковские услуги, предлагаемые рынку.	2		1
	2	Практическая подготовка №7 Комплекс маркетинга (4Р). Банковские услуги, предлагаемые рынку.	4		2
	3	Практическая подготовка №8 Место работы банка с клиентом (обслуживание в банке, обслуживание он-лайн посредством личного кабинета, интернет-сервисы и т.п.). Продвижение банковских услуг (реклама и PR).	4		2
	4	Лекционные занятия №10 Ценовая политика банка	2		1
	5	Практическая подготовка №9 Ценовая политика банка	4		2
	6	Лекционные занятия №11 Особенности учета затрат на оказание финансовой услуги. Методика определения себестоимости услуги.	2		1
	7	Практическая подготовка №10 Особенности учета затрат на оказание финансовой услуги. Методика определения себестоимости услуги.	2		2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 5 Организация маркетинговой деятельности в банке	Содержание учебного материала			ПК 2.2., ОК 09., ОК 06., ЛР 13, ОК 07., ОК 02., ОК 01., ОК 05., ОК 04., ЛР 14, ЛР 15, ОК 03.
	1 Лекционные занятия №12 Организационная структура и маркетинговая служба банка	2	1	
	2 Практическая подготовка №11 Каналы распределения банковских услуг	4	2	
	3 Практическая подготовка №12 Формирование лояльности клиентов банка	4	2	
	Всего	72		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:**

Кабинет эксплуатации зданий и сооружений  
Кабинет реконструкции зданий и сооружений:

1. Доска (1 шт.)
2. Стул учительский (1 шт.)
3. Парта ученическая (18 шт.)
4. стол (1 шт.)
5. стул (36 шт.)

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. 1. Основы банковского дела : учебное пособие для среднего профессионального образования / под ред. Г. Г. Коробовой, Ю. И. Коробова. — Москва : Магистр, 2022. — 448 с. - ISBN 978-5-9776-0053-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1834708>
2. 2. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: <https://book.ru/book/947117>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. 1. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11098-0. — URL: <https://book.ru/book/947409>
2. 2. Попкова, Е. Г., Маркетинг в рекламе : учебник / Е. Г. Попкова, Е. А. Родина, А. В. Боговиз. — Москва : КноРус, 2024. — 178 с. — ISBN 978-5-406-11835-1. — URL: <https://book.ru/book/950121>

##### **3.2.3. Интернет-ресурсы**

1.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знание		
сущность основных концепций маркетинга, методы и технологии проведения маркетинговых исследований, состав комплекса маркетинга; специфику реализации комплекса маркетинга в банковской деятельности, вызванную особенностями продукта и клиентов банка.	знает сущность основных концепций маркетинга, методы и технологии проведения маркетинговых исследований, состав комплекса маркетинга; понимает специфику реализации комплекса маркетинга в банковской деятельности, вызванную особенностями продукта и клиентов банка.	Устный и письменный опрос
Умение		
провести маркетинговое исследование по заданному направлению; привести сегментацию рынка пр типовой методике; определить конкурентные преимущества банка по результатам исследования рынка.	умеет провести маркетинговое исследование по заданному направлению; готов привести сегментацию рынка пр типовой методике; умеет определить конкурентные преимущества банка по результатам исследования рынка.	Оценка выполнения практических заданий

### 4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Знание		
сущность основных концепций маркетинга, методы и технологии проведения маркетинговых исследований, состав комплекса маркетинга; специфику реализации комплекса маркетинга в банковской деятельности, вызванную особенностями продукта и клиентов банка.	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2., ПК 2.2., ОК 09., ЛР 14, ОК 07., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01., ЛР 13, ЛР 15	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-50
Умение		
провести маркетинговое исследование по заданному направлению; привести сегментацию рынка пр типовой методике; определить конкурентные преимущества банка по результатам исследования рынка.	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2., ПК 2.2., ОК 09., ЛР 14, ОК 07., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01., ЛР 13, ЛР 15	Задания к практическим занятиям №1; Задания к практической подготовке №1-12

Вопросы и задания к практическим занятиям и практической подготовке указаны в методических указаниях к практическим занятиям и практической подготовке по дисциплине Банковский маркетинг для обучающихся специальности "Банковское дело". Ставрополь, 2024