

Приложение

К ООП по специальности/профессии

**38.02.07 Банковское дело**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПЦ.15 Банковский маркетинг**

2025

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 утвержденным 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 №8 от 20.05.2025

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. 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;
2. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
3. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
4. ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
5. ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
6. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
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 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
9. ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов.

### **1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

<b>Код ОК, ПК</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 09., ОК 07., ОК 05., ОК 03., ОК 01., ПК 2.2.	провести маркетинговое исследование по заданному направлению; привести сегментацию рынка по 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. Объём учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объём в часах</b>
Лекционные занятия	6
Практическая подготовка	8
Самостоятельная работа	58
Общий объём 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			ОК 06., ОК 04., ОК 09., ОК 05., ОК 02., ОК 03., ОК 07., ОК 01., ПК 2.2.	
	1	<b>Лекционные занятия №1</b> Банковский маркетинг: особенности, принципы и технологии	2		1
	2	<b>Лекционные занятия №2</b> Банковские операции, продукты и услуги	2		1
	3	<b>Самостоятельная работа №1</b> Банковские операции, продукты и услуги	2		3
	4	<b>Самостоятельная работа №2</b> Маркетинговые возможности банка	2		3
	5	<b>Лекционные занятия №3</b> Внутренняя и внешняя среда банка и ее влияние	2		1
Тема 2 Маркетинговая информационная система	Содержание учебного материала			ОК 06., ОК 02., ОК 07., ОК 04., ОК 09., ОК 01., ОК 05., ПК 2.2., ОК 03.	
	1	<b>Самостоятельная работа №3</b> Маркетинговая информационная система в банке	6		3
	2	<b>Самостоятельная работа №4</b> Система взаимоотношений с клиентами	2		3
	3	<b>Самостоятельная работа №5</b> Маркетинговые исследования рынка	4		3
	4	<b>Самостоятельная работа №6</b> Анализ маркетинговой среды банка	4		3
Тема 3 Сегментирование и отбор целевых рынков	Содержание учебного материала			ОК 06., ОК 04., ОК 09., ОК 02., ОК 07., ОК 05., ОК 01., ОК 03., ПК 2.2.	
	1	<b>Самостоятельная работа №7</b> Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	2		3
	2	<b>Практическая подготовка №2</b> Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	4		2
	3	<b>Самостоятельная работа №8</b> Стратегии охвата рынка	2		3
Тема 4 Планирование комплекса маркетинга банковских услуг	Содержание учебного материала			ОК 06., ОК 02., ОК 07., ОК 03., ОК 01., ОК 04., ОК 09., ОК 05., ПК 2.2.	
	1	<b>Самостоятельная работа №10</b> Комплекс маркетинга (4P). Банковские услуги, предлагаемые рынку.	6		3
	2	<b>Самостоятельная работа №11</b> 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		3
	3	<b>Самостоятельная работа №12</b> Ценовая политика банка	6		3
Тема 5 Организация маркетинговой деятельности в банке	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 06., ОК 04., ОК 09., ОК 07., ОК 01., ОК 05., ПК 2.2., ОК 03.	
	1	<b>Самостоятельная работа №14</b> Организационная структура и маркетинговая служба банка	2		3
	2	<b>Самостоятельная работа №15</b> Каналы распределения банковских услуг	4		3
		<b>Самостоятельная работа №16</b> Формирование лояльности клиентов банка	4	3	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
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 менеджмента и предпринимательства,  
Кабинет основ маркетинга,  
Кабинет экономики и управления в здравоохранении:

1. Стулья (20 шт.)
2. Стол (2 шт.)
3. Доска поворотная (1 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. 1. [www.sravni.ru](http://www.sravni.ru)

2. <https://apollo-8.ru/marketing-dlya-bankov/>

## 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
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
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

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
провести маркетинговое исследование по заданному направлению; привести сегментацию рынка пр типовой методике; определить конкурентные преимущества банка по результатам исследования рынка.	ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Задания к практической подготовке №1-2; Задания к практическим занятиям №3-12
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.	ПК 2.2., ОК 09., ОК 07., ОК 06., ОК 05., ОК 04., ОК 03., ОК 02., ОК 01.	Вопросы к дифференцированному зачёту №1-50

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, 2025