

Приложение

К ООП по специальности/профессии

38.02.07 Банковское дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.15 Банковский маркетинг

Программу составили:

1. Астафьев Виктор Александрович

Дисциплина: ОПЦ.В.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 №8 от 20.05.2026

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.15 Банковский маркетинг

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.В.15 Банковский маркетинг является обязательной частью обязательной части 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 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
3. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
4. 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;
5. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
6. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
7. 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;
8. ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
9. ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 09.	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

Вид учебной работы	Объём в часах
Лекционные занятия	26
Практические занятия	14
Самостоятельная работа	6
Практическая подготовка	26
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	72
Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.В.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 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 01., ОК 02., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2.	
	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	4		1
	6	Практические занятия №2 Внутренняя и внешняя среда банка и ее влияние	2		2
Тема 2 Маркетинговая информационная система	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06.	
	1	Лекционные занятия №5 Маркетинговая информационная система в банке	2		1
	2	Практические занятия №3 Маркетинговая информационная система в банке	2		2
	3	Лекционные занятия №6 Система взаимоотношений с клиентами	2		1
	4	Практические занятия №4 Маркетинговые исследования рынка	4		2
	5	Практические занятия №5 Анализ маркетинговой среды банка	4		2
Тема 3 Сегментирование и отбор целевых рынков	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06.	
	1	Лекционные занятия №7 Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	2		1
	2	Практическая подготовка №1 Понятие и принципы сегментирования рынка банковских услуг	2		2
	3	Лекционные занятия №8 Стратегии охвата, позиционирование	2		1
	4	Практическая подготовка №2 Стратегии охвата, позиционирование	2		2
	5	Самостоятельная работа №1 Сегментация, рыночные ниши и построение продаж	6		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
Тема 4 Планирование комплекса маркетинга банковских услуг	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 02., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06.
	1 Лекционные занятия №9 Комплекс маркетинга (4Р). Банковские услуги, предлагаемые рынку.	2	1	
	2 Практическая подготовка №3 Комплекс маркетинга (4Р). Банковские услуги, предлагаемые рынку.	4	2	
	3 Практическая подготовка №4 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 №5 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 №6 Особенности учета затрат на оказание финансовой услуги. Методика определения себестоимости услуги.	2	2		
Тема 5 Организация маркетинговой деятельности в банке	Содержание учебного материала			ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 01., ОК 02., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2.
	1 Лекционные занятия №12 Организационная структура и маркетинговая служба банка	2	1	
	2 Практическая подготовка №7 Каналы распределения банковских услуг	4	2	
	3 Практическая подготовка №8 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 экономико-финансовых дисциплин и бухгалтерского учета,
Экономики и бухгалтерского учета,
Лаборатория учебный банк,
Лаборатория учебная бухгалтерия,
Кабинет основ финансовой грамотности:

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. Золотковский, Ю. С. Банковский маркетинг : учебное пособие / Ю. С. Золотковский. — Минск : РИПО, 2015. — 234 с. — ISBN 978-985-503-518-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/131837>

3.2.2. Дополнительные источники

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

3. ЭБС Лань

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.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2.	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.	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 09., ПК 2.2.	Задания к практическим занятиям №1-5; Задания к практической подготовке №1-8

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, 2026