

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Алтынова Надежда Витальевна  
Должность: Врио ректора  
Дата подписания: 22.05.2026 15:53:34  
Уникальный программный ключ:  
462c2135e66a27da081de929bee6129e7d2f3758

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Чувашский государственный аграрный университет"

(ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)

Кафедра Финансов и кредита

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной  
и научной работе



Л.М. Иванова

20.02.2026 г.

**Б1.В.10**

**Банковский маркетинг**

рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 43.03.01 Сервис  
Направленность (профиль) Сервис в банках

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180

в том числе:

аудиторные занятия 64

самостоятельная работа 116

Виды контроля в семестрах:

зачет с оценкой 5

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	16 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	116	116	116	116
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

*канд. экон. наук, доц., Н.В. Алексеева*

При разработке рабочей программы дисциплины (модуля) "Банковский маркетинг" в основу положены:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 514).
2. Учебный план: Направление подготовки 43.03.01 Сервис  
Направленность (профиль) Сервис в банках, одобренный Ученым советом ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ от 20.02.2026 г., протокол № 09.

Рабочая программа дисциплины (модуля) проходит согласование с использованием инструментов электронной информационно-образовательной среды Университета.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой Алексеева Н.В.

Заведующий выпускающей кафедрой Алексеева Н.В.

Председатель методической комиссии факультета Гаврилов В.Н., Таланова Н.В.

Директор научно-технической библиотеки Викторова В.А.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у студентов специальных знаний и навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговой работы в современной банковской деятельности.
-----	--

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В
2.1	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.2	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен самостоятельно осуществлять поиск и привлечение новых клиентов целевого сегмента на основе личных контактов и контактов из централизованной базы потенциальных клиентов
ПК-1.1 Самостоятельно осуществляет поиск и привлечение новых клиентов целевого сегмента
ПК-1.2 Участвует в формировании базы потенциальных клиентов
ПК-2. Способен проводить аналитическую и исследовательскую работу по получению необходимой информации об основных показателях финансовой ситуации клиента, в том числе информации, составляющей его особенности, по проведению предварительного и текущего мониторинга финансовых возможностей клиента для выбора оптимальных параметров приобретаемых им финансовых продуктов
ПК-2.1 Самостоятельно проводит аналитическую и исследовательскую работу по получению необходимой информации об основных показателях финансовой ситуации клиента
ПК-2.2 Осуществляет предварительный и текущий мониторинг финансовых возможностей клиента для выбора оптимальных параметров приобретаемых им финансовых продуктов
ПК-3. Способен организовывать и проводить презентации финансовых продуктов и услуг, переговоры с представителями кредитного учреждения, обсуждения условий сотрудничества, в том числе предусматривающие подписание соответствующих документов
ПК-3.1 Владеет теоретическими знаниями и практическими приемами проведения презентаций финансовых продуктов и услуг
ПК-3.2 Проводит переговоры и обсуждение условий сотрудничества
ПК-3.3 Участвует в подписании документов
ПК-6. Способен организовать и проводить деловые переговоры, встречи с клиентами
ПК-6.1 Владеет теоретическими знаниями и практическими приемами проведения деловых переговоров и встреч с клиентами
ПК-7. Способен формировать, развивать и планомерно поддерживать долгосрочные отношения с клиентами, осуществляя эффективный выбор форм и методов взаимодействия с инвесторами, организациями, средствами массовой информации
ПК-7.1 Формирует, развивает и поддерживает долгосрочные отношения с клиентами
ПК-7.2 Разрабатывает проектную документацию с применением компьютерного моделирования и проектирования для осуществления эффективного выбора форм и методов взаимодействия с инвесторами, организациями, средствами массовой информации

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1 Знать:</b>	
3.1.1	- правовые и экономические основы формирования современных банковских продуктов и технологий;
3.1.2	- основы организации и практические приемы проведения деловых переговоров и встреч с клиентами;
3.1.3	- виды банковских продуктов и банковских технологий;
3.1.4	- содержание и функции банковского маркетинга;
3.1.5	- основы поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента;
3.1.6	- элементы комплекса банковского маркетинга, стратегии банковского маркетинга;
3.1.7	- основные результаты новейших исследований, опубликованные в ведущих профессиональных журналах по проблемам экономики и маркетинга;
3.1.8	- основы организации и практические приемы проведения презентаций финансовых продуктов и услуг;
3.1.9	- методологические основы проведения маркетинговых и финансовых исследований;
3.1.10	- инструментарий реализации проводимых исследований и анализа их результатов.
<b>3.2 Уметь:</b>	
3.2.1	- рассчитывать показатели, характеризующие результативность формирования и реализации определенных банковских продуктов;

3.2.2	- обобщать и оценивать результаты новейших исследований в области банковского дела и маркетинга;
3.2.3	- планировать и реализовывать маркетинговые исследования в сфере банковской деятельности;
3.2.4	- осуществлять поиск и привлечение новых клиентов целевого сегмента; участвует в формировании базы потенциальных клиентов;
3.2.5	- подготавливать научные статьи, представлять результаты научного исследования в форме доклада;
3.2.6	- самостоятельно проводить аналитическую и исследовательскую работу по получению необходимой информации об основных показателях финансовой ситуации клиента;
3.2.7	- формировать, развивать и поддерживать долгосрочные отношения с клиентами;
3.2.8	- разрабатывать проектную документацию с применением компьютерного моделирования и проектирования для осуществления эффективного выбора форм и методов взаимодействия с инвесторами, организациями, средствами массовой информации;
3.2.9	- проводить переговоры и обсуждение условий сотрудничества; участвует в подписании документов.
<b>3.3</b>	<b>Иметь навыки и (или) опыт деятельности:</b>
3.3.1	- владения понятийным аппаратом в области банковского маркетинга;
3.3.2	- выбора и применения современных банковских продуктов и услуг;
3.3.3	- владения методами финансового анализа для оценки и выбора контрагентов при предоставлении банковских продуктов и услуг;
3.3.4	- предварительного и текущего мониторинга финансовых возможностей клиента для выбора оптимальных параметров приобретаемых им финансовых продуктов;
3.3.5	- оценки и выбора наиболее эффективных банковских технологий и каналов реализации банковских продуктов;
3.3.6	- прогнозирования экономических процессов в банковской сфере, решения нестандартных задач;
3.3.7	- владения методами анализа результатов маркетинговой работы банка.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Прак. подг.	Примечание
<b>Раздел 1. Цели, особенности и стратегии банковского маркетинга</b>							
Тема 1. Понятие, сущность и основные особенности банковского маркетинга /Лек/	5	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Оценка выступлений, тестирование по разделу
Тема 1. Понятие, сущность и основные особенности банковского маркетинга /Пр/	5	2	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Оценка выступлений, тестирование по разделу
Тема 2. Цели, задачи и основные стратегии банковского маркетинга /Лек/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Оценка выступлений, тестирование по разделу
Тема 2. Цели, задачи и основные стратегии банковского маркетинга /Пр/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Оценка выступлений, тестирование по разделу

СРС по разделу 1. Цели, особенности и стратегии банковского маркетинга /Ср/	5	50	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	0	0	Проверка конспектов, выполненных заданий.
<b>Раздел 2. Организация и оценка эффективности банковского маркетинга</b>							
Тема 3. Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг) /Лек/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
Тема 3. Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг) /Пр/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
Тема 4. Разработка комплекса маркетинга банка /Лек/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
Тема 4. Разработка комплекса маркетинга банка /Пр/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
Тема 5. Оценка реализации продуктовой стратегии маркетинга банка /Лек/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	4	0	Проблемная лекция
Тема 5. Оценка реализации продуктовой стратегии маркетинга банка /Пр/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	4	0	Деловая игра
Тема 6. Оценка реализации коммуникационной стратегии маркетинга банка. Организация поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента. /Лек/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	0	Проблемная лекция
Тема 6. Оценка реализации коммуникационной стратегии маркетинга банка. Организация поиска и привлечения новых клиентов целевого сегмента. /Пр/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	0	Деловая игра

Тема 7. Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка /Лек/	5	6	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
Тема 7. Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка /Пр/	5	4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	Опрос, оценка выступлений, решение задач
СРС по разделу 2. Организация и оценка эффективности банковского маркетинга /Ср/	5	66	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	0	0	Проверка конспектов, выполненных заданий.
/ЗачётСОц/	5	0	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-6.1 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

Вопросы для оценки знаний теоретического курса

1. Особенности использования каналов товародвижения для сбыта продуктов (услуг) банка (на конкретном примере).
2. Система управления взаимоотношениями банка со своими клиентами (на примере конкретного банка).
3. Планирование сбытовой деятельности банка (на примере конкретного банка).
4. Постановка целей и задач маркетинговых коммуникаций банка (на конкретном примере).
5. Особенности разработки программы маркетинговых коммуникаций банка.
6. Планирование банком рекламных мероприятий и оценка их эффективности (на конкретном примере).
7. Планирование и проведение PR-мероприятий банком (на конкретном примере).
8. Процесс формирования бренда банка (на примере создания успешных брендов известных банков).
9. Методы оценки силы бренда банка.
10. Стимулирование сбыта банковских продуктов (услуг) (на примере конкретного банка).
11. Особенности банковского Интернет-маркетинга (на примере конкретного банка).
12. Особенности банковского маркетинга в социальных сетях (на примере конкретного банка).
13. Организация маркетинговой деятельности банка (на примере конкретного банка).
14. Структура и функции работников службы маркетинга банка (на примере конкретного банка).
15. Критерии и показатели эффективности маркетинговой деятельности банка (с использованием примеров из практической деятельности банков).
16. Методы осуществления контроля эффективности маркетинговой деятельности банка (на конкретных примерах).

Вопросы на оценку понимания/умений

1. Какова роль ценовой политики в комплексе банковского маркетинга? Дайте развернутый ответ.
2. В чем особенности процесса ценообразования на рынке банковских продуктов (услуг)? Дайте развернутый ответ.
3. Назовите принципы и основные методы ценообразования на продукты (услуги) банка. Дайте развернутый ответ.
4. Какие факторы влияют на уровень цен (тарифов) банковских продуктов (услуг)? Дайте развернутый ответ.
5. Какова связь цен (тарифов) со стадиями жизненного цикла банковских продуктов (услуг)? Дайте развернутый ответ.
6. Охарактеризуйте стратегии ценообразования на продукты (услуги) банка. Приведите примеры ценовых стратегий.
7. При каких обстоятельствах покупатель банковских продуктов (услуг) рассматривают цену (тарифы) на них как индикатор качества? Дайте развернутый обоснованный ответ с примерами.
8. При выводе нового банковского продукта (услуги) на рынок, в каких условиях можно было бы рекомендовать:
  - a) стратегию «снятия сливок»;
  - b) стратегию проникновения на рынок.
 Ответ обоснуйте.
9. Какие группы клиентов хотели бы пользоваться услугами через Интернет-банкинг и почему? Обоснуйте ответ.

## 5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

не предусмотрено

## 5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов)

не предусмотрено

## 5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Задания, обязательные для выполнения

1. Проведите сравнительный анализ банков, предлагающих продукты ипотечного жилищного кредитования; для этого выберите 4-5 банков – региональных и федеральных. Выделите конкурентные преимущества предлагаемых ипотечных программ.
2. Проведите сравнительный анализ банков, предлагающих депозитные продукты для физических лиц; для этого выберите 4-5 банков – региональных и федеральных. Выделите конкурентные преимущества предлагаемых программ депозитного обслуживания.
3. Проведите сравнительный анализ банков, предлагающих дебетовые платежные карты; для этого выберите 4-5 банков – региональных и федеральных. Выделите конкурентные преимущества предлагаемых программ по каждому банку.
4. Используя данные официальных сайтов банков, проведите сравнительный анализ тарифов расчетно-кассового обслуживания; сделайте вывод о ценовой политике данных банков.
5. Используя данные официальных сайтов крупных банков, проведите сравнительный анализ условий обслуживания кредитных карт; сделайте вывод о соответствующей продуктовой политике данных банков.

Дополнительные задания

1. Подготовьте доклад-обзор по итогам сравнительной характеристики систем дистанционного банковского обслуживания по ведущим банкам в Российской Федерации.
2. Подготовьте сравнительный анализ рынка расчетных и кредитных карт.
3. Найдите и проанализируйте информацию о динамике использования основных каналов сбыта банковских продуктов по банковскому сектору РФ за последний год, сделайте вывод.
4. Найдите и проанализируйте информацию о динамике процентных ставок по срочным депозитам банков, в том числе федеральным и региональным, за предшествующий год; выделите наиболее существенные факторы и сделайте вывод.
5. Найдите и проанализируйте информацию о формах и методах реализуемой банковской рекламы; сделайте выводы о наиболее актуальных направлениях банковской рекламы, в том числе по зарубежному опыту.

Темы докладов

1. Эволюция концепции маркетинга на рынке банковских продуктов (услуг).
2. Условия и факторы, формирующие спрос на банковские продукты (услуги).
3. Методы изучения поведения потребителей банковских продуктов (услуг).
4. Факторы, вызывающие усиление конкурентной борьбы на рынке банковских продуктов (услуг).
5. Усиление роли банковского маркетинга в условиях роста конкуренции на финансовых рынках.
6. Требования к постановке маркетинговых целей и задач банка.
7. Факторы, определяющие выбор маркетинговой стратегии банка.
8. Содержание и структура маркетинговой информационной системы (МИС) банка.
9. Источники и каналы поступления маркетинговой информации в банк.
10. Методы сбора и анализа маркетинговой информации о внешней среде банка и рынке банковских продуктов (услуг).
11. Планирование маркетинговых исследований в банке.
12. Особенности сегментирования рынка банковских продуктов (услуг).
13. Позиционирование продуктов (услуг) банка и его положения на рынке.
14. Маркетинговый анализ рынка банковских продуктов (услуг).
15. Характеристика маркетинговой деятельности на различных этапах жизненного цикла товара (на примере конкретного продукта/услуги банка).
16. Маркетинговая деятельность по внедрению на рынок нового продукта (услуги) банка (на конкретном примере).
17. Оптимизация процесса обновления ассортимента банковских продуктов (услуг) (на примере ассортимента продуктов (услуг) конкретного банка).
18. Анализ эффективности ассортиментно-продуктовой политики банка (на конкретном примере).
19. Процесс формирования цены на банковский продукт (услуг) (на конкретном примере).
20. Стратегия ценообразования в банке (на примере стратегии конкретного банка).
21. Формирование цены на различных стадиях жизненного цикла продукта (услуги) банка (на конкретном примере).
22. Современные тенденции и методы распространения банковских продуктов (услуг).

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шитов В. Н.	Банковское дело: учебное пособие	Ульяновск: УлГТУ, 2022	Электрон ный ресурс
Л1.2	Калачева Е. А.	Банковское дело: учебное пособие	Кемерово: КемГУ, 2023	Электрон ный ресурс

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Крылова Л. В., Кривонос А. А., Морозова Н. И.	Маркетинг в сервисе: учебное пособие	Донецк: ДонНУЭТ имени Туган- Барановского, 2023	Электрон ный ресурс
Л2.2	Новикова Н. Б.	Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие	Москва: МУИВ, 2023	Электрон ный ресурс
Л2.3	Чертыковцев В. К.	Маркетинг: учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2025	Электрон ный ресурс

#### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
Э2	Журнал «Финансы»

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	ОС Windows XP
6.3.1.2	Project 2016
6.3.1.3	MozillaFirefox
6.3.1.4	Справочная правовая система КонсультантПлюс
6.3.1.5	Электронный периодический справочник «Система Гарант»
6.3.1.6	SuperNovaReaderMagnifier

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии
6.3.2.2	Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>

### 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Вид работ	Назначение	Оснащенность
456		Учебная аудитория	Доска ученическая настенная трехэлементная (1 шт.), стол ученический (45 шт.), стул ученический (81 шт.), демонстрационное оборудование (проектор Toshiba x2000 (1 шт.), полотно рулонное на штативе Classic Libra (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
58a		Учебная аудитория	Доска ученическая настенная трехэлементная (1 шт.), стол ученический (18 шт.), стул ученический (37 шт.), стол преподавателя (1 шт.), стул преподавателя (1 шт.), демонстрационное оборудование (экран стационарный (1 шт.), проектор AcerX128H(1 шт.), моноблок Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия
446		Учебная аудитория	Доска классная (1 шт.), стол компьютерный(11 шт.), стул ученический (24 шт.), стол ученический (7 шт.), полотно рулонное на штативе (1 шт.), белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), компьютер Philips 206 V3LSB2 (10 шт.), проектор ACER P1273B

65a	Учебная аудитория	Стол комбинированный для операционистов(учебный) (2 шт.), флипчарт 70*100 на треноге Attache (1 шт.), стол для зала ожидания (4 шт.), стол угловой для кассира (учебный) (1 шт.), модульный диван на 10 мест (учебный) (1 шт.), кресло SAMBA CHROME/SILVER (учебный) (3 шт.), кресло SILVIA ARM (учебный) (2 шт.), роутер D-Link NO:DIR(учебный) – 300 (1 шт.), терминал «Россельхозбанк» (1 шт.), демонстрационное оборудование (Personal Computer Aspire C 22-865 series(учебный) (2 шт.), телевизор LG 43LJ10V LED (1 шт.), моноблок MSI) и учебно-наглядные пособия
61a	Помещение для самостоятельной работы	Стол (4 шт.), стулья (4 шт.), компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (4 шт.).
123	Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации(19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеоувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.)

#### 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и практическими занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного форм контроля.

Система знаний по дисциплине «Банковский маркетинг» формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники и учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний.

Для освоения дисциплины студентами необходимо:

1) посещать лекции, на которых в сжатом и системном виде излагаются основы дисциплины: даются определения понятий, которые должны знать студенты. Студенту важно понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос, желательно в письменной форме, чтобы не мешать и не нарушать логики проведения лекции. Слушая лекцию, следует зафиксировать основные идеи, положения, обобщения, выводы. Работа над записью лекции завершается дома. На свежую голову (пока еще лекция в памяти) надо уточнить то, что записано, обогатить запись тем, что не удалось зафиксировать в ходе лекции, записать в виде вопросов то, что надо прояснить, до конца понять. Важно соотнести материал лекции с темой учебной программы и установить, какие ее вопросы нашли освещение в прослушанной лекции. Тогда полезно обращаться и к учебнику. Лекция и учебник не заменяют, а дополняют друг друга.

2) посещать практические занятия, к которым следует готовиться и активно на них работать. Задание к практическому занятию выдает преподаватель. Задание включает в себя основные вопросы, задачи, тесты и рефераты для самостоятельной работы, литературу. Практические занятия начинаются с вступительного слова преподавателя, в котором называются цель, задачи и вопросы занятия. В процессе проведения занятий преподаватель задает основные и дополнительные вопросы, организует их обсуждение. На занятиях решаются задачи, разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Студенты, пропустившие занятие, или не подготовившиеся к нему, приглашаются на консультацию к преподавателю. Практическое занятие заканчивается подведением итогов: выводами по теме и выставлением оценок.

3) систематически заниматься самостоятельной работой, которая включает в себя изучение материалов учебников и статей из литературы, решение задач, написание докладов, рефератов, эссе. Задания для самостоятельной работы выдаются преподавателем.

4) под руководством преподавателя заниматься научно-исследовательской работой, что предполагает выступления с докладами на научно-практических конференциях и публикацию тезисов и статей по их результатам.

5) при возникающих затруднениях при освоении дисциплины «Банковский маркетинг» для неуспевающих студентов и студентов, не посещающих занятия, проводятся еженедельные консультации, на которые приглашаются неуспевающие студенты, а также студенты, испытывающие потребность в помощи преподавателя при изучении дисциплины.

При изучении дисциплины «Банковский маркетинг» следует усвоить:

- основные направления банковского маркетинга, его элементы и инструментарий;
- основы проведения маркетинговых исследований рынка;
- нормативно-правовое обеспечение российского банковского маркетинга;
- методологические основы проведения экономических и финансовых исследований.

#### ПРИЛОЖЕНИЯ

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ**  
в 20\_\_ /20\_\_ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № \_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_