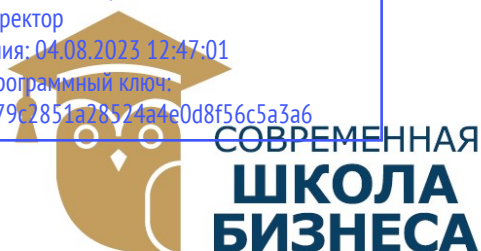


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ледович Татьяна Сергеевна
Должность: директор
Дата подписания: 04.08.2023 12:47:01
Уникальный программный ключ:
4ceaf51badb679c2851a28524a4e0d8f56c5a3a6

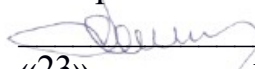


КОЛЛЕДЖ «СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»
Частное профессиональное образовательное учреждение

355008, г. Ставрополь, пр-т К. Маркса, 7
+7(8652) 28-49-67
+7(8652) 28-03-46
college09@mail.ru | www.ecmsb.ru

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ Колледж
«Современная школа бизнеса»



«23» _____ мая



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.13 БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ

*Общепрофессионального цикла
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 38.02.07 Банковское дело*

Рабочая программа учебной дисциплины **ОПЦ.13 Банковский маркетинг** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **38.02.07 Банковское дело**.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение Колледж «Современная школа бизнеса».

Рабочая программа учебной дисциплины **ОПЦ.13 Банковский маркетинг** рассмотрена на заседании цикловой методической комиссии экономических дисциплин
Протокол № 10 от 22 мая 2023 года

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОПЦ.13 Банковский маркетинг

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина **ОПЦ.13 Банковский маркетинг** является обязательной частью общепрофессионального цикла дисциплин примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.07 Банковское дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01.; ОК 02.; ОК 10.; ОК 11.

1.1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения знания

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК 01.; ОК 02.; ОК 10.; ОК 11.; ПК 1.4. ; ПК 1.5.; ПК 2.3. ЛР 14, ЛР 15, ЛР 19, ЛР 21	<p>оценивать экономические процессы и явления с точки зрения банковского маркетинга;</p> <p>применять инструменты экономического анализа для маркетинговой деятельности.</p> <p>использовать источники экономической информации</p> <p>- распознавать , обобщать и анализировать сложные взаимосвязи банковских служб;</p> <p>- использовать информационные технологии для сбора, обработки, накопления и анализа маркетинговой информации.</p> <p>- оперировать основными категориями и понятиями банковского маркетинга;</p> <p>- выполнять и оформлять расчеты платежными поручениями, аккредитивами в банке плательщика и в банке поставщика, платежными требованиями в банке поставщика и в банке плательщика, инкассовыми поручениями, чеками;</p>	<p>- характеристику банковского рынка, его сегментацию; - основные виды маркетинговых стратегий; - политику реализации конкурентных стратегий в банках;</p> <p>систему маркетинговых исследований; формат оформления результатов поиска информации;</p> <p>- организацию деятельности маркетинговой службы в банке номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации;</p> <p>- сущность, цели, задачи и функции банковского маркетинга; - специфику банковского маркетинга - основные виды маркетинговой деятельности; формы расчетов и технологии совершения расчетных операций; виды платежных карт и операции, проводимые с их использованием; условия и порядок выдачи платежных карт;</p>

	консультировать клиентов по вопросам открытия банковских счетов, расчетным операциям, операциям с использованием различных видов платежных карт	
--	---	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	62
в т.ч. в форме практической подготовки	-
в том числе:	
теоретическое обучение	12
практические занятия	30
Самостоятельная работа	12
Консультации	2
Промежуточная аттестация Экзамен	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций
1	2	3	4
<p>Тема 1.1. Особенности банковского продукта и сегментация его рынка.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 10.; ОК 11
	<p>Понятие банковского маркетинга. Цель, задачи ,основные принципы банковского маркетинга. Специфика и концепции банковского маркетинга. Взаимосвязь элементов маркетинговой системы банка. Понятие банковского продукта и банковской услуги. Основные виды банковских продуктов и услуг. Специфические характеристики банковских услуг. Специфика банковского продукта и его уровни. - Целевые рынки и сегментация. Метод сегментации рынка и его свойства. Основные принципы сегментирования и их признаки. Сегментирование рынка физических и юридических лиц.</p>		
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ:</p>	8	
	<p>1. Определение понятия «Банковский маркетинг» и его сущности 2. Установление соответствия понятий и инструментов банковского маркетинга как системы 3. Уяснение и усвоение единства и различия понятий «Банковский продукт», «Услуга», «Операция» и уровней банковского продукта 4. Определение сегментирования рынка банковских услуг, его принципы и признаки</p>		
<p>Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий.</p>	2		
<p>Тема 1.2 Маркетинговая информация и маркетинговые исследования на рынке банковских услуг</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	8	ОК 01.; ОК 02.; ОК 10.; ОК 11
	<p>Составляющие маркетинговой среды банка, их взаимосвязь. Анализ рыночных возможностей – основа маркетинговой деятельности банка. Маркетинговая информация –её цель, задачи, свойства и источники получения. Этапы и методы проведения маркетингового исследования. Информационная база маркетингового исследования. Инструментарий маркетингового исследования.</p>		
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ:</p>		
<p>Исследование системы банковской маркетинговой информации. Анализ особенностей маркетинговой среды в деятельности банков. Определение и анализ конкуренции и стратегии конкурента. Усвоение методики анализа емкости, потенциала и доли рынка</p>			
	<p>Самостоятельная работа обучающихся. - Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий</p>	2	
<p>Тема 1.3</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	2	

Разработка банковских услуг	Понятие услуги-новинки. Основные этапы разработки новой банковской услуги. Понятие жизненного цикла услуг и характеристика его стадий		OK 01.; OK 02.; OK 10.; OK 11
	В том числе практических занятий и лабораторных работ:		
	Разработка банковских услуг	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. - Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий	2	
Тема 1.4 В том числе практических занятий и лабораторных работ:	Содержание учебного материала	2	
	Понятие ценовой политики банка, цели и факторы, влияющие на решения по цене: внутренние и внешние. Методы ценообразования в банке. Процесс установления цены на банковские услуги, его этапы	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ:		
	Сравнение ценовой политики на рынке банковских услуг	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. - Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий.	2	
Тема 1.5 Методы распространения банковских услуг	Содержание учебного материала		OK 01.; OK 02.; OK 10.; OK 11
	Сбытовая политика банка. Условия сбыта услуг: Каналы распределения услуг. Системы распространения услуг банка. Типы автоматизированных банков. Основной метод распространения банковских продуктов – персональная продажа. Инновационные методы распространения банковских услуг . Комплекс стимулирования сбыта, его элементы Способы общения с клиентурой банка. Основные направления стимулирования сбыта. Система мероприятий Паблик рилейшнз: Рекламная политика банка, цели рекламной политики банка		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ:		
	Изучение методов распространения банковских услуг Определение коммуникационной политики на рынке банковских услуг Разработка и подготовка рекламы - основного инструмента продвижения банковского продукта	6	
	Самостоятельная работа обучающихся. - Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий.	2	
Тема 1.6 Планирование и управление в системе банковского маркетинга	Содержание учебного материала		OK 01.; OK 02.; OK 10.; OK 11
	Стратегическое и тактическое планирование банковского маркетинга. Этапы стратегического планирования. Бизнес-план в системе управления банковским маркетингом, его основные разделы. Основные организационные службы маркетинга, их структурные построения и специфика организационной структуры службы маркетинга в банке.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ:		
	Изучение системы планирования в системе управления банковским маркетингом. Изучение структуры маркетинговой службы банка	4	
	Самостоятельная работа обучающихся. - Изучение конспекта лекций, основной и	2	

	дополнительной литературы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации, выполнение домашних заданий.		
		Всего:	62

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение:

Кабинет социально-экономических дисциплин №1

Комплект учебной мебели: ученические столы – 12 шт., стулья – 25 шт., преподавательский стол – 1 шт., кафедра для чтения лекций – 1 шт., доска учебная – 1 шт. шкаф книжный-1 шт, тумба-1 шт.

Наглядные средства обучения: комплект учебно-наглядных пособий (плакаты, раздаточные карточки, таблицы) –19 шт., учебная литература.

Технические средства обучения: рабочее место преподавателя, ноутбук с подключением к сети «Интернет», принтер.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже основных печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1 Основные печатные и электронные издания

Основная литература:

1. Банковское дело в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Боровкова [и др.] ; под редакцией В. А. Боровковой. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15310-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513307>

2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16513-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531210>

3. Парамонова, Т. Н., Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: <https://book.ru/book/948323>

Дополнительная литература:

1. 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>

2. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности : учебник / С. А. Ганина, О. В. Глинкина, Т. Р. Зеленина [и др.] ; под общ. ред. Т. А. Шпилькиной, О. В. Глинкиной. — Москва : КноРус, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-406-11062-1. — URL: <https://book.ru/book/947644>

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности+eПриложение : учебник / Л. Г. Ахметшина, С. Л. Балова, Е. Н. Елисеева [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : КноРус, 2023. — 420 с. — ISBN 978-5-406-10604-4. — URL: <https://book.ru/book/946252>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знать:		
<p>- характеристику банковского рынка, его сегментацию; - основные виды маркетинговых стратегий; - политику реализации конкурентных стратегий в банках;</p> <p>систему маркетинговых исследований; формат оформления результатов поиска информации;</p> <p>- организацию деятельности маркетинговой службы в банке номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации;</p> <p>- сущность, цели, задачи и функции банковского маркетинга; - специфику банковского маркетинга - основные виды маркетинговой деятельности; формы расчетов и технологии совершения расчетных операций; виды платежных карт и операции, проводимые с их использованием; условия и порядок выдачи платежных карт;</p>	<p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач;</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при</p>	<p>Проведение фронтального опроса</p> <p>Тестирование по темам курса</p> <p>Выполнение и защита рефератов, презентаций</p> <p>Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий.</p> <p>Промежуточная аттестация</p>

	<p>выполнении практических задач;</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>	
<p>Уметь:</p> <p>оценивать экономические процессы и явления с точки зрения банковского маркетинга; применять инструменты экономического анализа для маркетинговой деятельности.</p> <p>использовать источники экономической информации</p> <p>- распознавать, обобщать и анализировать сложные взаимосвязи банковских служб;</p> <p>- использовать информационные технологии для сбора, обработки, накопления и анализа маркетинговой информации.</p> <p>- оперировать основными категориями и понятиями банковского маркетинга;</p> <p>- выполнять и оформлять расчеты платежными поручениями, аккредитивами в банке плательщика и в банке поставщика, платежными требованиями в банке поставщика и в банке плательщика, инкассовыми поручениями, чеками;</p> <p>консультировать клиентов по вопросам открытия банковских счетов, расчетным операциям, операциям с использованием различных видов платежных карт;</p>	<p>Оценка «отлично»- глубокое усвоение программного материала дисциплины, владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач; умение тесно увязывать теорию с практикой, правильно обосновывать принятые решения. Проверка правильности выполнения практических заданий, расчетов и осуществления необходимых действий: 85% - 100%</p> <p>Оценка «хорошо»- твердое знание материала дисциплины, правильное применение теории при решении практических вопросов и заданий, владение необходимыми навыками и приемами их выполнения. Проверка правильности выполнения практических заданий, расчетов и осуществления необходимых действий: 70%-84%</p> <p>Оценка «удовлетворительно»- усвоение только основного материала, без учета особенностей и деталей, затруднения при выполнении практических</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий. Оценки обязательному подлежат все зачетные практические работы по темам и разделам. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы Промежуточная аттестация</p>

	<p>заданий, неточности, недостаточно правильные формулировки. Проверка правильности выполнения практических заданий, расчетов и осуществления необходимых действий: 51%-69%</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» незнание значительной части программного материала, существенные ошибки, неуверенное, с большими затруднениями выполнение практических заданий; менее, чем на 50%</p>	
--	---	--

<p>оформления платежных документов;</p> <ul style="list-style-type: none">- просматривать и анализировать бухгалтерские проводки по учету кассовых операций, по учету денежных средств на расчетных счетах, по учету активов и источников активов организации; по начислению и перечислению сумм налогов и сборов;- просматривать и анализировать регистры учета, сформированные бухгалтерским программным обеспечением;- просматривать и анализировать план счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций;- использовать возможности специализированного программного обеспечения по формированию и просмотру бухгалтерской (финансовой) отчетности; по формированию и просмотру налоговых деклараций по налогам и сборам в бюджет.		
--	--	--