

## СИЛАБУС

### навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ В БАНКУ»

Спеціальність	МАРКЕТИНГ
Освітня програма	ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год.
	Практичні, семінарські заняття – 30 год.
	Самостійна робота – 60 год.
Вид індивідуального завдання	реферат
Форма підсумкового контролю	іспит
Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування к. 115 kaf-mark@suem.edu.ua
Дні занять	Згідно з розкладом
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком Дистанційні: електронна пошта, групи у Вайбері, Телеграмі
<b>Анотація навчальної дисципліни:</b> Навчальна дисципліна «Маркетинг в банках» дозволяє студентам сегментувати банківський ринок, у тому числі ринок онлайн, розробляти план маркетингових досліджень, досліджувати асортимент ринку банківських продуктів, визначати ефективність банківської інтернетреклами та інших цифрових маркетингових комунікаційних інструментів. Вивчення дисципліни передбачає формування у фахівців-маркетологів теоретичних знань та практичних умінь у реалізації маркетингової діяльності у банку.	
Мета навчальної дисципліни:	формування у майбутніх фахівців комплексу знань щодо базових принципів, категорій, методів та інструментів банківського маркетингу; формування уявлень щодо реалізації маркетингового інструментарію у банківських установах різної спеціалізації; узагальнення основних досягнень теорії та практики в області банківського маркетингу.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. СК9. Здатність використовувати інструментарій

	маркетингу в інноваційної діяльності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.		
Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)	<p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p>		
Очікувані результати навчання:	<p>ОРН 1. Використовувати сучасні програмні продукти, необхідні для вирішення фінансово-економічних задач і регулювання фінансових технологій.</p> <p>ОРН 2. Здійснювати економічні розрахунки щодо обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності маркетингової діяльності.–</p> <p>ОРН 3. Виконувати комплекс робіт із планування та імплементації програми маркетингових заходів для банківських установ.</p>		
<b>Зміст навчальної дисципліни:</b>			
<p><i>ТЕМА 1. МАРКЕТИНГ І ЙОГО СПЕЦИФІКА В БАНКІВСЬКІЙ</i></p> <p><i>ТЕМА 2. РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ, ЙОГО СЕГМЕНТАЦІЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ</i></p> <p><i>ТЕМА 3. КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ БАНКУ</i></p> <p><i>ТЕМА 4. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ БАНКУ</i></p> <p><i>ТЕМА 5. ПРОДУКТОВА ПОЛІТИКА БАНКУ</i></p> <p><i>ТЕМА 6. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ (ПОСЛУГИ)</i></p> <p><i>ТЕМА 7. ПРОДАЖ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ (ПОСЛУГ)</i></p> <p><i>ТЕМА 8. КОМУНІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ (ПОСЛУГ)</i></p> <p><i>ТЕМА 9. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ В БАНКУ</i></p> <p><i>ТЕМА 10. КОНТРОЛЬ У БАНКІВСЬКОМУ МАРКЕТИНГУ</i></p>			
<b>Рекомендовані джерела:</b>			
<b>Базова література</b>			
<p>1. Грищенко О. Ф. Маркетинг у банку : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2018. 68 с.</p> <p>2. Поречкіна Л. С. Стратегічний маркетинг банківських послуг. Київ :Либідь, 2018. 152 с.</p> <p>3. Маркетинг у банках : навчальний посібник / Р. М. Безус, Л. М., Курбацька, І. Г. Кадирус, А. С. Донських, Д. В. Воловик / МОН України, ДДАЕУ. Дніпро : Журфонд, 2019. 390 с.</p>			
<b>Система оцінювання результатів навчання:</b>			
<b>Схема розподілу балів:</b>			
Іспит	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)

**Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:**

<b>Іспит</b>	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
--------------	---------------------------------	---	---------------------------------------

**Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:**

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Усне опитування;
- 3) Виконання практичних завдань;
- 4) Електронне тестування;
- 5) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 6) Виконання завдань самостійної роботи.

**Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.**

**Шкала оцінювання результатів навчання:**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторного складання
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

**Політика курсу:*****Політика дотримання академічної доброчесності***

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

***Комунікаційна політика***

Студенти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком студента є перегляд новин на Телеграм-каналі.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Маркетинг в банку».

***Політика щодо пропусків занять***

Студенти мають відвідувати лекційні й семінарські заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

**Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну**

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

**Політика щодо оскарження оцінювання**

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

**Бонуси**

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

Силабус відповідає змісту ОПП «Діджитал маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» (а саме: відповідність назві дисципліни, кількості кредитів, формі підсумкового контролю, набору компетентностей і результатів навчання), яка пройшла процедуру рецензування стейкхолдерами.