

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

«Банковский маркетинг»

Рабочая программа учебной дисциплины «Банковский маркетинг» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль ПБ.38.03.01 Банковское дело) разработана в соответствии с:

1. требованиями порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301
2. требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1327 от 12.11.2015
3. учебным планом профиля Банковское дело, одобренным Ученым советом АНО ВО «Международный банковский институт» от «29» августа 2017 г. Протокол № 6.

Целями освоения дисциплины «Банковский маркетинг» являются формирование у обучающихся системных фундаментальных знаний в области банковского маркетинга как функционального звена современного банковского менеджмента, приобретение практических навыков по поиску и сбору информации по полученному заданию и проведения необходимых интерпретаций показателей, характеризующих конкуренцию, динамику спроса, мотивацию потребителей и пр., приобретение практических навыков выполнения использования ключевых маркетинговых технологий, применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с современными требованиями к избранному виду деятельности в профессиональной среде.

Дисциплина «Банковский маркетинг» относится к профессиональному циклу и изучается на протяжении одного семестра в объеме 180 часов (5 зачетных единицы).

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, формируемых предшествующими дисциплинами: «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Деньги, кредит, банки», «Банковское дело».

Сама же дисциплина является основой для изучения таких дисциплин «Основные участники финансового рынка», «Платежные системы», «Банковская безопасность», и др..

В рамках раздела «Теоретические основы маркетинга в банковском деле» учебной дисциплины студенты узнают особенности банковского маркетинга, специфику банковского бизнеса, маркетинговые особенности банковского продукта и их влияние на адаптацию классического маркетинга к банковскому делу, историю развития маркетинга в финансовой отрасли экономики, комплекс концепций современного банковского маркетинга и перспективы его развития в рамках финансового менеджмента; в рамках раздела «Исследования рынка банковских продуктов» - комплексные исследования банковского рынка, методы сбора и обработки маркетинговой информации; в рамках раздела «Комплексная программа маркетинга коммерческого банка» - продуктовую политику банка, структуру продуктового ассортимента, методы развития, проблемы формирования новых банковских продуктов, перспективы расширения продуктового предложения коммерческих банков, ценовую политику коммерческих банков и др.