

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту та маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг банку

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від 23.11. 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг банку
Викладач	Кохан Ірина Василівна
Контактний телефон викладача	0963560132
E-mail викладача	irina.kokhan@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	6 кредити ЕКТС, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Середа 12.00 - 13.00, вул. Шевченка 57, каб. 801

2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліна «Маркетинг банку» орієнтована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок у сфері організації маркетингової діяльності у комерційному банку з врахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів, володіння методами і прийомами аналізу і прогнозування ринку банківських послуг, вибору, розробки і реалізації на цій основі стратегії діяльності і розвитку банку в мінливих умовах навколишнього середовища і гострої конкурентної боротьби.

Вивчення даної дисципліни дає змогу студенту: оволодіти методами та інструментами маркетингової діяльності комерційних банків на ринку банківських послуг; вміти визначати потреби наявних і потенційних клієнтів у банківських продуктах; здійснювати розрахунки оптимального рівня цін на банківські продукти і визначати умови їхньої диференціації; визначати найбільш доцільні канали збуту банківських продуктів; вміти визначати та здійснювати найбільш ефективні заходи щодо стимулювання збуту банківських послуг тощо.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою курсу «Маркетинг банку» є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок з методології та організації маркетингової діяльності на підприємствах банківської сфери, використання маркетингової інформації для прийняття управлінських рішень в банківській діяльності

Ціль курсу «Маркетинг банку» полягає у вивченні комплексу питань, які розкривають зміст і особливості банківського маркетингу, цифрового маркетингу, роз'яснюють необхідність впровадження організаційних основ маркетингу в комерційних банках України.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність (ІК). Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК4.Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8.Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9.Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11.Здатність працювати в команді.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового

суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	40 год.
семінарські заняття	30 год.
самостійна робота	110 год.

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
2	075 «Маркетинг»	4	вибіркова

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері. Сутність, функції та принципи маркетингу в банківській сфері. Історія розвитку маркетингу в банківській сфері. Особливості використання банківського маркетингу в сучасних умовах. Концепції маркетингу в банківській сфері.	4	4	12
Тема 2. Ринок банківських послуг. Банківські операції та послуги. Поняття та структура ринку банківських послуг. Конкуренція у банківській сфері. Сегментування ринку банківських продуктів та послуг.	4	4	12
Тема 3. Банки та банківські продукти в системі особистого фінансового менеджменту. Банківська система України в умовах війни: ризики та оцінка безпеки. Депозити та кредити як інструмент фінансового планування. Організаційна взаємодія	4	4	12

банківських установ з платіжними системами в Україні.			
Тема 4. Товарна політика банківських установ. Сутність товарної політики банківської установи та методи її формування. Продуктовий портфель банківських установ. Управління продуктовим портфелем банківських установ та його модифікація.	4	4	12
Тема 5. Цінова політика банківських установ. Сутність цінової політики банківської установи. Процес визначення ціни на банківські продукти та послуги. Банківські цінові стратегії. Методи ціноутворення, що використовуються у банківській сфері. Державне регулювання цінової політики банківської установи.	4	4	12
Тема 6. Збутова політика банківських установ. Сутність збутової політики банківської установи. Організація збутової мережі банківських установ. Аутсорсинг у системі збуту банківських продуктів та послуг.	4	2	10
Тема 7. Комунікаційна політика банківських установ. Сутність комунікаційної політики банківської установи. Складові комунікаційної політики банківської установи. Етапи розроблення та реалізації комунікаційної політики банківської установи.	4	2	10
Тема 8. Організаційні аспекти маркетингу в банку. Різновиди банківських структур. Організаційні структури банківського маркетингу.	4	2	10
Тема 9. Контроль маркетингу в банку. Сутність та об'єкти контролю маркетингу в банку. Особливості механізму контролю маркетингу в банку та його етапи.	4	2	10
Тема 10. Імідж і бренд комерційного банку. Зміст банківського іміджу. Критерії оцінки привабливості банків для клієнтів фізичних осіб. Складові частини банківського іміджу. Фірмовий стиль банку. Корпоративний імідж та його складові. Сутність банківського бренду, торгової марки, торгового знаку. Види брендів у банківському бізнесі. Структура бренду. Світовий досвід щодо розробки бренду комерційними банками.	4	2	10
Загальна кількість:	40	30	110

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Система оцінювання курсу
100 бальна – екзамен по дисципліні виставляється за схемою 50 балів протягом семестру та 50 балів екзамен: “відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;

<p>“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>	
Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	-
Семінарське заняття	36
Самостійна робота	8
Індивідуальне завдання	6
Залік/Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції																		-
Семінарські з-тя		4		6		6		6		6		8						36
Самостійна р-та														8				8
Індивідуальні завдання																6		6
Залік /Екзамен																	50	50
Всього за тиж-нь	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	8	1	10	1	4	50	100

7. Політика навчальної дисципліни

Матеріально-технічне забезпечення	<p>Для навчання використовується мультимедійне обладнання: проектори для презентацій та інтерактивний сенсорний монітор.</p> <p>Навчальний процес забезпечується інформаційними, навчальними, методичними ресурсами, розміщеними на платформі дистанційного навчання https://d-learn.pnu.edu.ua/, наявністю корпоративної пошти.</p> <p>Функціонують комп’ютерні класи, наукова бібліотека університету з доступом до мережі Інтернет, ресурси якої доступні через сайт університету: http://lib.pnu.edu.ua/, http://lib.pnu.edu.ua/elibrary.php., електронний репозитарій: http://lib.pu.if.ua:8080/</p>
Академічна доброчесність	<p>Студенти повинні дотримуватись академічної доброчесності, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами)

	<p>ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);</p> <ul style="list-style-type: none"> - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; - надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. <p>Порушенням академічної доброчесності є: плагіат, фальсифікація, списування тощо.</p> <p>Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (співбесіда, реферат тощо).</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника” відповідно до наказу ректора №799 від 26.11.2019.</p>
Виконання завдання пізнішевстановленого терміну	<p>Пропущені практичні, семінарські та лабораторні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні «2», отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному, семінарському та лабораторному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у електронному журналі обліку роботи академічних груп</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Студенти повинні вчасно приходять на заняття, відповідно до діючого розкладу, та не залишати аудиторію без дозволу викладача, а також не заважати викладачу проводити заняття.</p>
Додаткові бали	<p>Згідно «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника” №799 від 26.11.2019, студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі – роботі конференцій, студентських наукових гуртків, підготовці публікацій, а також були учасниками олімпіад, конкурсів, тощо присуджуються додаткові бали.</p>

Неформальна освіта	<p>Зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», згідно Наказу ректора №819 від 29.11.2019.</p> <p>Онлайн-курси із сертифікатами на платформах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Prometheus https://prometheus.org.ua/about-us/ – Coursera https://www.coursera.org/ – Освітні серіали на платформі «Дія. Цифрова освіта» https://osvita.diaa.gov.ua/courses. З цифровими навичками можна ефективно та безпечно застосовувати технології в роботі та навчанні, для професійного та особистісного розвитку. – Google digitalworkshop – навчальні матеріали для розвитку бізнесу та кар'єри. https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua/courses – Duolingo – платформа для вивчення іноземної мови https://uk.duolingo.com/ – TED – платформа, що займається поширенням ідей, зазвичай у формі коротких переконливих переговорів, дискусій на актуальні теми розвитку бізнесу та саморозвитку https://www.ted.com/
--------------------	--

8. Рекомендована література

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність». URL: www.zakon.rada.gov.ua
2. Постанова Правління НБУ «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» №18 від 24.02.2022р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text>
3. Криховецька З.М., Кропельницька С.О., Кохан І.В. Сучасний стан та перспективи розвитку банківського споживчого кредитування в Україні. «Інвестиції: практика та досвід». № 14, липень 2023. С.67-75. <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1808/1822>
4. Левандівський О.Т. Криховецька З.М., Кохан І.В. Сучасні тенденції функціонування банківської системи України. Агросвіт. №3-4. 2023. С. 97–104. <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/1077/1087>
5. Криховецька З.М., Кохан І.В. Проблеми та шляхи вдосконалення формування фінансових ресурсів банків. Економіка та суспільство. №39. 2022. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1344/1298>
6. Безус Р. М., Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Донських А. С., Воловик Д. В. Маркетинг у банках : навч. посібник. Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с.
7. Васильєва Т.А. Маркетинг у банку: навчальний посібник. Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ». 2014. 353 с.
8. Гасій О. В., Соколова А. М., Прохар Н. В. Фактори конкурентного середовища у банківському секторі України: регіональний аспект. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
9. Гончаренко Т. Стратегічний аналіз внутрішнього середовища банку. Науковий вісник Полісся. 2021. № 2 (18). С. 190–198. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/203272>.

10. Демко М.Я., Гринів Н.Т. Тенденції розвитку маркетингової збутової та комунікаційної політики вітчизняних і зарубіжних банків в умовах цифрової економіки. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 1. С. 12-19.
11. Демко М., Черкес Р. Сучасні тенденції збуту та просування банківських продуктів в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1903/1831>.
12. Добрянська В. В. Маркетинг у банку: навч. посібн. Полтава: ПолтНТУ, 2013. 127 с.
13. Лихолат С., Грицюк Т. Формування комплексу маркетинг-міксу у банківській сфері. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1599/1538>.

Викладач

к.е.н., доцент кафедри фінансів

_____ **Кохан І.В.**