

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра банковского дела и страхования

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б.1.В.ДВ.5.1 Планирование и продажи банковских продуктов»*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

***38.03.01 Экономика***

(код и наименование направления подготовки)

***Финансы и кредит***

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

***Программа академического бакалавриата***

Квалификация

***Бакалавр***

Форма обучения

***Очная***

Год набора 2016

1403653

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра банковского дела и страхования

наименование кафедры

протокол № 7 от " 01 " 02 2016 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра банковского дела и страхования

подпись

Н.И. Парусимова

расшифровка подписи

Исполнители:

доцент

должность

И.А. Резник

подпись

И.А. Резник

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

каф. наименование

личная подпись

расшифровка подписи

А.М. Балтина

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Н.А. Тычинина

расшифровка подписи

№ регистрации 58061

© Резник И.А., 2016  
© ОГУ, 2016

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

### Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов целостное представление о содержании планирования и продажи банковских продуктов, обучить студентов осуществлять оперативное планирование продаж, реализовывать различные технологии продаж банковского продукта.

### Задачи:

- изучение специфики планирования и продажи банковских продуктов, основ, принципов, методов, функций маркетинга;
- определение специфики банковского продукта, отличие его от товара;
- рассмотрение основных этапов планирования и продажи банковских продуктов;
- изучение различных каналов продаж банковских продуктов.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.17 Деньги, кредит, банки, Б.1.Б.18 Маркетинг, Б.1.Б.21 Региональная экономика*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

| Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Формируемые компетенции                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Знать:</b> основы делового общения, принципы и методы организации деловой коммуникации; основные элементы коммуникативной политики коммерческого банка: личная продажа, связи с общественностью, реклама, ее виды;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать приемы, инструменты коммуникативной политики коммерческого банка: публич рилейшенз (PR) на практике;</p> <p><b>Владеть:</b> способностью абстрактно мыслить, анализировать, синтезировать получаемую информацию в ходе сбора информации: анкетирования, наблюдения.</p> | ПК-29 способностью осуществлять оперативное планирование продаж, организовывать розничные продажи, реализовывать различные технологии продаж в страховании, анализировать эффективность каждого канала продаж |

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

| Вид работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Трудоемкость, академических часов |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 7 семестр                         | всего        |
| <b>Общая трудоёмкость</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>108</b>                        | <b>108</b>   |
| <b>Контактная работа:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>35,25</b>                      | <b>35,25</b> |
| Лекции (Л)                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 18                                | 18           |
| Практические занятия (ПЗ)                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 16                                | 16           |
| Консультации                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1                                 | 1            |
| Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,25                              | 0,25         |
| <b>Самостоятельная работа:</b><br>- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);<br>- написание реферата (Р);<br>- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);<br>- подготовка к практическим занятиям;<br>- подготовка к рубежному контролю | <b>72,75</b>                      | <b>72,75</b> |
| <b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>                                                                                                                                                                                                                                          | <b>экзамен</b>                    |              |

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

| № раздела | Наименование разделов                                                                                | Количество часов |                   |    |    |                |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------|
|           |                                                                                                      | всего            | аудиторная работа |    |    | внеауд. работа |
|           |                                                                                                      |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                |
| 1         | Специфика банковского продукта в планировании и продвижении. Понятие банковского маркетинга.         | 22               | 4                 | 4  |    | 14             |
| 2         | Изучение рынка банковских услуг. Приемы исследования рынка.                                          | 22               | 4                 | 4  |    | 14             |
| 3         | Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения банковских продуктов                      | 18               | 2                 | 2  |    | 14             |
| 4         | Ценообразование в комплексе банковского маркетинга                                                   | 18               | 2                 | 2  |    | 14             |
| 5         | Продвижение банковских продуктов. Реклама<br>Альтернативные способы продвижения банковских продуктов | 28               | 6                 | 4  |    | 18             |
|           | Итого:                                                                                               | 108              | 18                | 16 |    | 74             |
|           | Всего:                                                                                               | 108              | 18                | 16 |    | 74             |

## 4.2 Содержание разделов дисциплины

### Раздел 1 Специфика банковского продукта в планировании и продвижении. Понятие банковского маркетинга.

Понятие банковского маркетинга. Особенности банковского маркетинга. Цели банковской деятельности и цели маркетинга. Специфика банковского продукта. Основные функции банковского маркетинга. Тенденции развития банковского маркетинга. Внедрение маркетинга в банковскую деятельность.

### Раздел 2 Изучение рынка банковских услуг. Приемы исследования рынка.

Сегментация рынка банковских услуг. Маркетинговые исследования. Источники информации. Сбор данных через опрос, анкетирование, наблюдение, эксперимент. Сегментация. Критерии сегментации. Деление рынка по группам потребителей. Географическая, демографическая, поведенческая и другие виды сегментации. Понятие сегмента, ниши на рынке.

Банковский маркетинг по видам услуг. Возможности внедрения банками новых видов услуг. Методы обоснования и интеграции перспективных направлений деятельности банка. Опыт прогрессивных банковских услуг зарубежных стран. Использование зарубежного опыта в российской практике. Особенности внедрения новых банковских услуг: проблемы и успехи коммерческих банков. Основные виды маркетинга. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Маркетинг, ориентированный на определенную группу. Маркетинг-микс.

Характеристика маркетинга в зависимости от спроса: конверсионный; стимулирующий; развивающий; ремаркетинг; синхромаркетинг; поддерживающий; демаркетинг.

### **Раздел 3 Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения банковских продуктов**

Понятие стратегического планирования. Факторы, влияющие на стратегию банка. Цели стратегического планирования. Процесс стратегического планирования. Определение задач банка. Создание подразделений банка. Ситуационный анализ. Разработка стратегии продвижения. Тактика маркетинга. Оценка результатов. Качественные и количественные показатели деятельности банка, страховой компании. Методика разработки стратегического плана. Виды стратегических планов: бизнес-план, концепция, миссия, рабочий план и бюджеты подразделений. Стратегии продвижения банковских и страховых продуктов. Банкострахование.

### **Раздел 4 Ценообразование в комплексе банковского маркетинга**

Понятие цены банковской услуги. Особенности ценовой политики. Инструменты ценовой политики. Разделение цен. Дифференцирующие цены. Уравновешивающее ценообразование. Процентные ставки по депозитам и кредитам. Комиссионные вознаграждения. Тарифы.

### **Раздел 5 Продвижение банковских продуктов. Реклама Альтернативные способы продвижения банковских продуктов**

Понятие о продвижении банковских услуг. Коммуникативная политика. Инструменты коммуникативной политики. Личная продажа. Реклама. Стимулирование сбыта. Связь с общественностью.

ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта).

Реклама. Положительные и отрицательные стороны рекламы. Разработка плана рекламы. Прямой маркетинг. Альтернативные способы продвижения банковских продуктов: Интернет-реклама, квесты, «летсплей», дразнящая реклама, мимо-паблики и др.

#### **4.3 Практические занятия (семинары)**

| № занятия | № раздела | Тема                                                                                                 | Кол-во часов |
|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1,2       | 1         | Специфика банковского продукта в планировании и продвижении. Понятие банковского маркетинга.         | 4            |
| 3,4       | 2         | Изучение рынка банковских услуг. Приемы исследования рынка.                                          | 4            |
| 5         | 3         | Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения банковских продуктов                      | 2            |
| 6         | 4         | Ценообразование в комплексе банковского маркетинга                                                   | 2            |
| 7,8       | 5         | Продвижение банковских продуктов. Реклама<br>Альтернативные способы продвижения банковских продуктов | 4            |
|           |           | Итого:                                                                                               | 16           |

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. Резник, И. А. Банковский маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки Экономика / И. А. Резник; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. банк. дела и страхования. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 912,58 КБ). - Оренбург : ОГУ, 2014. -Adobe Acrobat Reader 6.0 – Режим доступа: <http://artlib.osu.ru/web/books/metod all/4299 201404303.pdf>
2. Тавасиев, А.М. Банковское дело. Управление и технологии [Электронный ресурс]: учебник /- Электрон. текстовые данные. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 663 с. - ISBN: 978-5-238-02229-1. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114731](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114731). – ЭБС «Университетская библиотека».

### 5.2 Дополнительная литература

1. Резник, И. А. Банковский маркетинг (сборник задач, логических схем и тестов) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки Экономика / И. А. Резник; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. банк. дела и страхования. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.16 Mb). - Оренбург : ОГУ, 2014. -Adobe Acrobat Reader 6.0 – Режим доступа: <http://artlib.osu.ru/web/books/metod all/4440 20140402.pdf>
2. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг: учебно-практическое пособие / Т.А. Тультаев. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011. – 318. – ISBN 978-5-374-00537-0. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=91071](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=91071)
3. Алёшин В.А., Зотова А.И., Шевченко Д.А. Финансовый маркетинг: учебное пособие / В.А. Алёшин, А.И. Зотова, Д.А. Шевченко. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2011 – 158 с. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=240957](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=240957)
4. Теплякова Н. А. Банковский маркетинг. Ответы на экзаменационные вопросы [Электронный ресурс] / Теплякова Н. А. - ТетраСистемс, 2010.- Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=78556>

### 5.3 Периодические издания

1. Маркетинг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
2. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
4. Маркетинговые коммуникации : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
5. Маркетолог : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Банковское дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

### 5.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: <http://www.cbr.ru>
2. Официальный сайт ассоциации банков России.- <http://www.arb.ru>
3. Информационный портал - <http://www.banki.ru>
4. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - <http://www.bankclub.ru/>
5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - <http://www.raexpert.ru/>

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru>
7. Николаева Т.П. Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс. – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. – 224 с. ISBN 978-5-374-00276-8.- Режим доступа:  
[http://rum.pr.f.jcu.cz/public/mecirova/ekonomika/Nikolaeva\\_T\\_P\\_Bankovsky\\_marketing.pdf](http://rum.pr.f.jcu.cz/public/mecirova/ekonomika/Nikolaeva_T_P_Bankovsky_marketing.pdf)

### **5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)
3. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2016]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe>
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2016]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\CONSULT\cons.exe>
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - <http://aist.osu.ru>.

### **6 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

- Научно-методический кабинет кафедры
- Компьютерный класс
- Библиотечный фонд университета
- Интернет-классы университета

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, для практических занятий, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

## Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины (модуля)

### «Б.1 ВДВ.5.1 Планирование и продажи банковских продуктов»

Направление подготовки (специальность): 38.03.01 Экономика  
код и наименование

Направленность (профиль), специализация: Финансы и кредит

Год набора 2016

Форма обучения очная

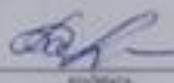
Дополнения и изменения к рабочей программе на 2019/2020 учебный год рассмотрены и утверждены на заседании кафедры

банковского дела и страхования

наименование кафедры

протокол № 9 от "13" 05 2019 г.

Заведующий кафедрой  
Кафедра банковского дела и страхования  
наименование кафедры

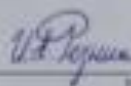
  
подпись

Н.И. Парусимова  
расшифровка подписи

Исполнитель:

доцент

должность

  
подпись

И.А. Резник

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

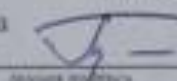
Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

  
подпись

Н.Н. Гриняй

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

  
подпись

Н.А. Тьенина

расшифровка подписи

В рабочую программу вносятся следующие дополнения и изменения:

#### 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

##### 5.3 Периодические издания

1. Маркетинг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
2. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
4. Маркетинговые коммуникации : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
5. Банковское дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.

#### 5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 19992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990-2019]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserv1\GarantClient\garant.exe

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992-2019]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserv1\CONSULT\cons.exe