



Силабус курсу Маркетинг в банку

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Банківська справа»

Рік навчання: 1, Семестр: 2

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППП

д.е.н., професор кафедри фінансових технологій та банківського бізнесу
Луців Богдан Любомирович

Контактна інформація bluciv@gmail.com

Опис дисципліни

Дисципліна «Маркетинг у банку» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок з організації маркетингової діяльності у банку з врахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів з метою забезпечення розробки і втілення конкурентоспроможної стратегії розвитку банку, задоволення потреб клієнтів і отримання прибутку. Дисципліна «Маркетинг в банку» спрямована на формування наступних компетентностей: здатність ідентифікувати структуру та основні чинники маркетингового середовища банку на макрорівні і на макрорівні; спроможність формулювати завдання банківського маркетингу у конкретних ринкових умовах; спроможність визначити основні параметри банківської конкуренції на різних типах ринків банківських послуг; здатність визначити стратегію і тактику банку у маркетингової діяльності; здатність застосовувати на практиці методи збору та аналізу маркетингової інформації; здатність управляти позицією банку ринку з використанням інструментів продуктової, збутової та комунікаційної політики.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 1	Маркетинг та його специфіка у банківській сфері	Знати економічну термінологію, вміти пояснювати базові положення маркетингу у банківській сфері, основні концепції, принципи, функції і складові елементи маркетингу у банках.	Тести, питання
4 / 1	Ринок банківських послуг. Конкуренція на ринку	Вивчити теоретичні основи функціонування ринку банківських послуг та вироблення практичних навичок ведення конкурентної боротьби банківських установ та формування ефективної маркетингової інформаційної системи.	Питання, тести

2 / 2	Система маркетингової інформації і маркетингових досліджень ринку банківських послуг	Вивчити теоретичні положення маркетингової інформації та вироблення практичних навиків формування ефективної маркетингової інформаційної системи, оцінювати переваги і недоліки ринку банківських послуг, проводити аналіз процесів та особливостей функціонування ринку банківських послуг та обґрунтовувати напрями застосування маркетингових інструментів на ринку банківських послуг.	Тести, питання, завдання
2 / 2	Маркетингова стратегія комерційного ринку	Вироблення практичних навиків розробки маркетингової стратегії банківських установ.	Тести, питання, завдання
4 / 2	Продуктова політика комерційного банку	Формування навиків у розробці продуктової політики банку.	Тести, питання, завдання
4 / 2	Цінова політика комерційних банків	Формування навиків у визначенні оптимальної ціни на банківські продукти. Аналіз та оцінка факторів впливу на цінову політику банку. Використання методів ціноутворення у процесі формування ціни на банківські послуги.	Тести, питання, задачі
2 / 2	Організація збуту банківських послуг	Вивчити теоретичні засади формування збутової політики банків та виробити практичні навички використання інструментів збутової політики задля ефективного залучення клієнтів банку	Тести, питання, завдання
6 / 2	Комунікаційна політика в сфері банківського бізнесу	Вивчити теоретичні засади та практичні аспекти формування комунікаційної політики банку. Аналізувати фактори та мотиви поведінки клієнта на ринку. Вміти приймати рішення по залученню до обслуговування потенційних клієнтів на основі використання інструментів комунікаційної політики банку.	Тести, питання, завдання
2 / 1	Організація і контроль у банківському маркетингу	Вивчити механізм організації і контролю у банківському маркетингу. Вміти визначити ефективність системи маркетингового контролю	Тести, питання, завдання

Літературні джерела

1. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань): навч. посібник: рек. МОН України. Львів: «Новий світ-2000», 2018. 493 с.
2. 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.
3. Бутко М.П. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Видавництво: ЦУЛ. 2019. 376 с.
4. 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.

5. 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.nauka.com.ua>.
6. 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>.
7. 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.
8. 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>.
9. Добрянська В. В. Маркетинг у банку: навч. посібн. Полтава: ПолтНТУ, 2013. 127 с.
10. Дуброва Н.П., Крючко Л.С. Формування комплексної системи маркетингу у банку. *Економіка і держава*. 2019. № 5. С. 64–67. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4327&i=12>.
11. Дятлова Ю.В. Розвиток банківського сектору України в умовах конкурентної інтерналізації: методичний підхід до оцінювання. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2019. Вип.16. Т.1. С.67-74.
12. Закон України «Про банки і банківську діяльність». URL: www.zakon.rada.gov.ua.
13. Закон України «Про рекламу». URL: www.zakon.rada.gov.ua.
14. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
15. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
16. Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Напрями втілення інновацій у маркетингову діяльність комерційних банків України у сучасних умовах. *Економіка та право*. 2018. № 1 (49). С. 143-150.
17. 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>.
18. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. *Світ фінансів*. 2020. Вип. 1 (62). С. 20-32.
19. Луців Б. Л., Андрушків Т. І., Кравчук І. С., Сенів Б. Т., Ткачук В. О. Ринок банківських послуг в умовах структурного реформування економіки України: кол. моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Б. Л. Луціва. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 242 с.
20. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг: Підручник. К.: Знання, 2010. 395 с.
21. Маркетинг у банках: навч. посібник / за ред. І.Г. Кадирус. Дніпро: Журфонд, 2019. 320 с.
22. Маркетинг у банках: Навчальний посібник / Під ред. проф. Брітченко І.Г. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 345 с.
23. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Особливості маркетингу банківських інновацій в умовах невизначеності та асиметрії інформації. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 462. С. 83-89. URL: <http://bses.in.ua>.
24. Павлюк В.Н. Аналіз процесу стратегічного маркетингового планування в банківській сфері. *Банківська справа*. 2018. № 6. С. 30–39.
25. Панченко О.В. Удосконалення маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. С. 7-13.
26. Птащенко О. В. Розвиток маркетингу банківської сфери на засадах клієнтоорієнтованого підходу. *Вісник КНУТД*. Серія : Економічні науки. 2019. № 2 (133). С. 70-78.
27. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг. Монографія. К.: Вид. дім «Ін Юре». 2001. 484 с.
28. Соколюк К. Ю., Ліпковська К. А., Березюк В. О. Значення і вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток банківського маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 225–229. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/36.pdf.
29. Ткачук В.О. Маркетинг у банку. Навчальний посібник. Тернопіль: «ТАЙП», 2010. 270 с.

30. Черкасова М.В. Трансформація маркетингової стратегії банку в умовах цифровізації. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. №3-4 (292-293). С. 61-67. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/292-293/pdf/61-67.pdf>.

31. Bank Marketing Strategies to Keep in your Budget Next Year. 2022. URL: <https://www.fintelconnect.com/blog/bank-marketing-strategies-2022>.

32. Banking Market Outlook 2022 – 2026. URL: <https://www.reportlinker.com/clp/global/8830>.

33. Demko M., Kosar N., Kuzo N. Integrated marketing communications of commercial banks in the conditions of a highly competitive market: essence and formation. *Global Prosperity*. 2021. № 1(1-2). P. 22–31. URL: <https://doi.org/10.46489/gpj.2021-1-1-8>.

34. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A., Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in modern conditions of financial market development. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2019. № 2(29). С. 3–12. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/1982>.

35. TOP BANKING TRENDS AND CHALLENGES FOR 2022. URL: <https://www.thedubs.com/top-banking-trends-and-challenges-for-2022>.

36. What's On the Way for Bank Marketers in 2022. URL: <https://bankingjournal.aba.com/2022/01/whats-on-the-way-for-bank-marketers-in-2022>.

Політика оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Маркетинг в банку» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування, тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів модульної контрольної роботи; оцінювання комплексного практичного індивідуального завдання; оцінювання результатів самостійної роботи студентів; інші види індивідуальних і групових завдань; екзамен.

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Маркетинг в банку» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30 %	40 %	30 %
Опитування під час заняття (теми 1–4) – 5 балів за тему – макс. 20 балів. Тестування – макс. 10 балів Оцінка за самостійну роботу – макс. 10 балів Модульна робота – макс. 60 балів	Опитування під час заняття (теми 5–9) – 5 балів за тему – макс. 25 балів. Тестування – макс. 15 балів Оцінка за самостійну роботу – макс. 10 балів Модульна робота – макс. 50 балів.	Підготовка КПЗ – макс. 40 балів. Захист КПЗ – макс. 40 балів. Виконання завдань під час тренінгу – макс. 20 балів.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)