

## **Б1.В.ОД.13 "Банковский маркетинг и ценообразование"**

### **Цель дисциплины**

Дать знания теории и практики маркетинга и ценообразования применительно к деятельности банка и навыки реализации важнейших функций банковского маркетинга как составной части менеджмента банка.

### **Учебные задачи дисциплины**

В процессе изучения дисциплины решаются следующие учебные задачи:

- овладеть знаниями в области банковского маркетинга и ценообразования;
- изучить структуру и особенности функционирования рынков банковских услуг, особенности формирования организационной структуры управления маркетингом в банке, подсистемы комплекса маркетинга банка, основные правила ведения рекламной компании в банке, ценовую политику банка, методы и стратегию банковского ценообразования;
- научиться разрабатывать маркетинговую и ценовую стратегии банка, выбирать наиболее выгодных для банка клиентов, рассчитывать экономическую выгоду от привлечения новых клиентов на обслуживание в банк;
- овладеть навыками составления плана маркетинга и прогнозирования спроса на банковские услуги, рекламного дела.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)**

Дисциплина "Банковский маркетинг и ценообразование" относится к вариативной части блока «Дисциплины» учебного плана по направлению «Экономика».

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: "Экономическая теория: Микроэкономика" (Б1.Б.6.1), "Экономическая теория: Макроэкономика" (Б1.Б.6.2), "Экономическая теория" (Б1.Б.6), Б1.В.ОД.10 "Деньги, кредит, банки", "Маркетинг" (Б1.Б.11).

Для успешного освоения дисциплины "Банковский маркетинг и ценообразование" студент должен:

1. Знать способы решения стандартных экономических задач, касающихся функционирования рынков банковских услуг, особенности формирования организационной структуры управления маркетингом в банке, подсистемы комплекса маркетинга банка, с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1).
2. Уметь использовать основы экономических знаний в области маркетинга и ценообразования (ОК-3).
3. Владеть способностями использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-8).

Изучение дисциплины "Банковский маркетинг и ценообразование" необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: "Организация деятельности коммерческого банка" (Б1.В.ОД.15), "Организация деятельности центрального банка" (Б1.В.ОД.17).

### **Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-2**—способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

В результате освоения компетенции **ОПК-2** студент должен:

#### **Знать:**

- специфику маркетинга в банковском деле и его элементы;
- формы и методы банковской конкуренции;
- содержание комплекса маркетинговых инструментов в банке;
- особенности организации и планирования банковского маркетинга.

#### **Уметь:**

- проводить маркетинговый анализ внешней среды банка;
- осуществлять оценку конкурентной позиции банка.

#### **Владеть:**

- практическими навыками в области маркетинговых исследований;
- методическими подходами к разработке маркетинговых стратегий банка;
- методами разработки и реализации программы маркетинга в банке.

### **расчетно-финансовая деятельность:**

**ПК-19**—способностью рассчитывать показатели проектов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, обеспечивать их исполнение и контроль, составлять бюджетные сметы казенных учреждений и планы финансово-хозяйственной деятельности бюджетных и автономных учреждений.

В результате освоения компетенции **ПК-19** студент должен:

#### **Знать:**

- структуру и особенности функционирования рынков банковских услуг, как формируется организационная структура управления маркетингом в банке, из каких подсистем состоит комплекс маркетинга банка, что лежит в основе ценообразования на банковские услуги, основные правила ведения рекламной компании в банке.

#### **Уметь:**

- разрабатывать варианты реализации маркетинговой стратегии банка, выбирать наиболее выгодных для банка клиентов, рассчитать экономическую выгоду от привлечения новых клиентов на обслуживание в банк.

#### **Владеть:**

- навыками составления плана маркетинга, прогнозирования спроса на банковские услуги, разработки цены банковской услуги, рекламного дела.

### Содержание дисциплины:

№ п\п	Наименование раздела дисциплины (темы)
Тема 1	Содержание и специфика банковского маркетинга
Тема 2	Рынок банковских продуктов
Тема 3	Банковская конкуренция
Тема 4	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований
Тема 5	Система маркетингового планирования, банковская конкурентная стратегия
Тема 6	Разработка комплекса банковского маркетинга
Тема 7	Организация банковского маркетинга
Тема 8	Основные понятия банковского ценообразования
Тема 9	Ценовая политика и этапы разработки цен на банковские продукты
Тема 10	Стратегия банковского ценообразования

**Форма контроля:** зачет с оценкой.