



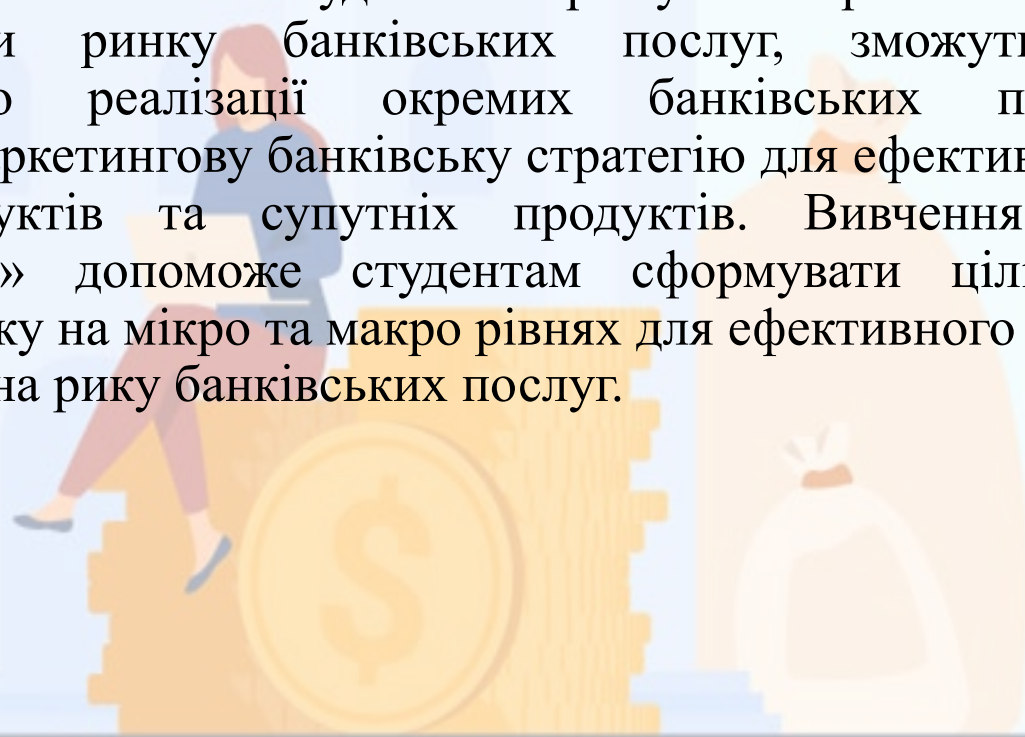
Банківський маркетинг





Анотація

Вибіркова дисципліна «Банківський маркетинг» є важливою складовою підготовки здобувачів фінансистів, та інших майбутніх фахівців банківської сфери. Актуальність цього курсу замовлення попитом з боку банківських структур у фахівцях зі специфічними знаннями у сфері продажу банківських та небанківських послуг. На практичних заняттях студенти отримують практичні навички у визначенні кон'юнктури ринку банківських послуг, зможуть розробити маркетингову стратегію реалізації окремих банківських продуктів та сформувавши розробити маркетингову банківську стратегію для ефективної реалізації свої банківських продуктів та супутніх продуктів. Вивчення дисципліни «Банківський маркетинг» допоможе студентам сформувавши цілісне бачення середовища сучасних банку на мікро та макро рівнях для ефективного використання маркетингових прийомів на рику банківських послуг.





Мета вивчення дисципліни:

формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань з теоретичних та методологічних основ маркетингової діяльності в банківській сфері, з'ясувати механізми банківського маркетингу, оволодіння навичками та прийомами розробки маркетингової стратегій, на основі досвіду вітчизняних та іноземних банків, а також визначити особливості продажу банківських послуг

Завданням вивчення дисципліни є:

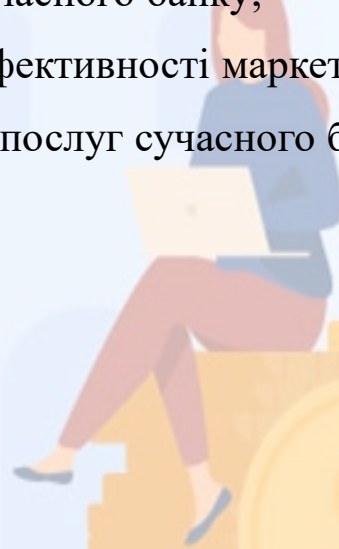
- вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингової діяльності в банківській сфері;
- формування теоретичних і практичних знань щодо визначення механізмів банківського маркетингу;
- оволодіння навичками та прийомами розробки маркетингової стратегій;
- визначити особливості продажу банківських послуг;
- навчитися ефективному здійсненню банківських та небанківських продажів у баку.

Предметом вивчення дисципліни є основи маркетингу в банківській сфері



У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен знати:

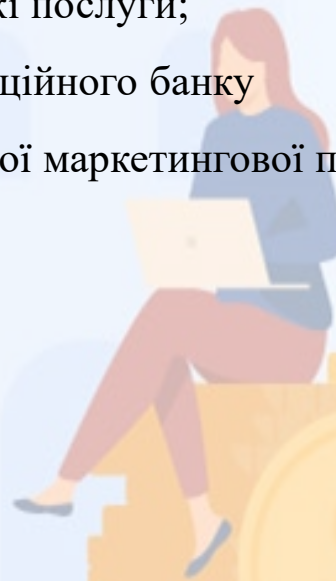
- Особливості маркетингу у банківській сфері;
- Конкурентне середовище комерційного банку;
- Методи просування послуг сучасного банку;
- Методи оцінки та контролю ефективності маркетингу комерційного банку;
- Етичні особливості реалізації послуг сучасного банк.





У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен вміти:

- Проводити дослідження ринку банківських послуг та специфічні особливості при їх аналізу;
- Формувати маркетингова стратегія комерційного банку;
- Формувати продуктову лінійки банківських та небанківських послуг банку;
- Продавати банківські та небанківські послуги;
- Організувати маркетингову комерційного банку
- Оцінювати ефективності реалізованої маркетингової політики комерційного банку.





Зміст навчальної дисципліни

Специфіка маркетингу у банківській сфері

Дослідження ринку банківських послуг та специфічні особливості при їх аналізі

Конкурентне середовище комерційного банку, та його аналіз

Маркетингова стратегія комерційного банку

Формування продуктової лінійки банківських та небанківських послуг банку.

Продаж банківських та небанківських послуг

Реклама та просування послуг сучасного банку

Оцінка ефективності реалізованої маркетингової політики комерційного банку

Організаційні аспекти маркетингової діяльності комерційного банку

Етичні аспекти здійснення ефективною маркетинговою політики