



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг у банківському секторі»

| | |
|---|--|
| Спеціальність | 075 «Маркетинг» |
| Освітня програма | Маркетинг |
| Освітній рівень | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| Статус дисципліни | Вибіркова |
| Мова викладання, навчання та оцінювання | Українська |
| Курс / семестр | 2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 5 кредитів |
| Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять | Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 102 год. |
| Форма семестрового контролю | Екзамен |
| Кафедра | Кафедра маркетингу, 1 корпус, 4 пов., ауд. 413, тел. (057) 702-02-65 (3-66), сайт кафедри: https://dom.hneu.edu.ua/ |
| Викладач (-і) | Наталя БОЙКО, д.е.н., доцент |
| Контактна інформація викладача (-ів) | nataleboyko@gmail.com ; +380975463889 |
| Дні навчальних занять | Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u> |
| Консультації | На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС |
| Мета навчальної дисципліни: є формування у фахівців з фінансів, банківської справи та страхування теоретичних знань та практичних умінь, які дозволять їм адекватно і ефективно використовувати одержані знання при дослідженні ринку та вивченні потреб споживачів банківських послуг. | |
| Структурно-логічна схема вивчення дисципліни: | |
| Пререквізити | Постреквізити |
| - | - |
| - | - |
| Зміст навчальної дисципліни | |
| Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади маркетингу та маркетингової діяльності у банківському секторі | |
| Тема 1. Маркетинг та його специфіка у банківській сфері | |
| Тема 2. Ринок банківських послуг. Конкуренція на ринку | |
| Тема 3. Система маркетингової інформації і маркетингових досліджень ринку банківських послуг | |
| Тема 4. Маркетингова стратегія комерційного ринку | |
| Змістовий модуль 2. Інструментарій маркетингу у банківському секторі | |
| Тема 5. Продуктова політика комерційного банку | |
| Тема 6. Цінова політика комерційних банків | |
| Тема 7. Організація збуту банківських послуг | |
| Тема 8. Комунікаційна політика в сфері банківського бізнесу | |
| Тема 9. Організація і контроль у банківському маркетингу | |
| Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни | |
| Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С.Кузнеця, ZOOM | |



Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту складати іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, дослідницько-творчі завдання, дискусія, презентації, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.