

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

(назва навчальної дисципліни)

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до самостійної роботи
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії**

зі спеціальності

075 «Маркетинг»

(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:
кафедрою економіки та маркетингу, протокол 16. Від 20.04.2016

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Самостійна робота здобувача (СРЗ) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Метою самостійної роботи здобувача в межах навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері банківських послуг» є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього доктора філософії.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи здобувачів очної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 75 % (112 години) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин).

У ході самостійної роботи здобувач має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної освітньо-наукової діяльності.

СРЗ в межах навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері банківських послуг» включає:

опрацювання лекційного матеріалу;

опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни;

поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань;

пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;

контрольну перевірку здобувачами особистих знань за запитаннями для самодіагностики;

підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання самостійної роботи, які передбачені навчальним планом і програмою навчальної дисципліни для засвоєння теоретичних знань і практичних навичок, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Завдання для самостійної роботи здобувачів та форми її контролю

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
	Змістовий модуль I. Теоретико-методичні основи процесу управління маркетинговою діяльністю банку					

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
1.	Здатність використовувати теоретичні принципи до практичної побудови маркетингу у банківській сфері	Тема 1. Процес маркетингового менеджменту у сфері банківських послуг	Методи збору та обробки інформації по маркетинговому управлінню у банках Метод експертно-аналітичного аналізу інформації по маркетинговому управлінню. Прийняття рішення в управлінні банківським маркетингом.	12	опрацювання лекційного матеріалу	Основна: [2,3,4]. Додаткова: [8] Ошибки! Источники ссылки и не найдены.
2.	Здатність здійснювати управління маркетинговим комплексом	Тема 2. Управління маркетинговим комплексом банку	Програми розвитку нового банківського продукту. Програми ціноутворення та політики цін на банківські послуги	36	пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни; підготовка до КР	Основна: [3,5]. Додаткова: [7,8,9,12,14]
Разом за змістовим модулем I				48		
Змістовий модуль II. Функціональна складова управління маркетинговою діяльністю у банківській сфері						
3.	Здатність розробляти та виконувати стратегічні та тактичні плани маркетингу, проводити оперативну комунікаційну роботу з усіма підрозділами банку;	Тема 3 Система планування маркетингової діяльності у банківській установі	Вимоги до ефективної організації маркетингового планування. Причини невдач у маркетинговому плануванні.	24	пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни підготовка до КР	Основна: [3,4]. Додаткова: [7,13]
4.	Здатність до формування системи мотивації персоналу банку	Тема 4 Корпоративна культура та внутрішній маркетинг банку	Розроблення та запровадження системи стимулювання праці. Перевірка	12	контрольна перевірка здобувачам і особистих знань за запитанням	Основна: [1,6]. Додаткова: [9,10]

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
			раціональності створеної організаційної маркетингової структури		и для самодіагностики	
5.	Здатність організувати і проводити маркетинговий аналіз у сфері банківських послуг; обирати тип організаційної структури відділу маркетингу у банку;	Тема 5 Організаційні аспекти маркетингової діяльності банку	Неінтегровані та інтегровані маркетингові структури. Тимчасові форми організації маркетингу у банку. Неформальні маркетингові структури	14	опрацювання та вивчення рекомендацій літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни	Основна: [1,6]. Додаткова: [8,12]
6.	Здатність здійснювати контроль, проводити маркетинг-аудит банку;	Тема 6 Система маркетингового контролю та маркетинговий аудит у банківській діяльності	Критерії ефективних форм контролю. Аналіз результатів маркетингової діяльності банку.	14	пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни підготовка до КР	Основна: [2,5,6]. Додаткова: [7,9,11]
Разом за змістовим модулем II				64		
Разом з навчальної дисципліни				112		

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Виконання кожного завдання для самостійної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	

82 – 89	B	добре	зараховано
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань для самостійної роботи у межах тем змістових модулів навчальної дисципліни наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для самостійної роботи	Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Сума балів
	ЗСР1	ЗСР2	ЗСР3	ЗСР4	ЗСР5	ЗСР6	
Максимальна кількість балів	10	30				20	10	20	10		100

ЗСР– завдання для самостійної роботи здобувача.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності та іншої академічної документації.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

4.1. Основна

1. Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банків: монографія / В. Я. Вовк. – Х. : «НТМТ», 2011. – 336 с
2. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручн. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
3. Маркетинг у банку [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / С. І. Головка, В. С. Котковський, О. В. Шварц. - Кривий Ріг: КЕІ КНЕУ, 2010. - 270 с.
4. Основы организации деятельности коммерческого банка : учебник / Ермаков С.Л. – М. : КНОРУС, 2011. – 654 с.
5. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент у банку : підручник / Примостка Л.О. – К. : КНЕУ, 2012. – 338 с. 6. Ермаков С.Л.
6. Формування регіонального ринку банківських послуг із застосуванням пластикових карт [Текст]: монографія // Котковський В. С.

Інноваційність банківської діяльності / В.С.Котковський. – Кривий Ріг, 2010. - 224 с.

4.2. Додаткова

7. Єгоричева С. Інноваційні стратегії банків: сутність та класифікація [Текст] / С. Єгоричева // Банківська справа. – 2009. – № 6. – С. 63-72. 2.

8. Інноваційні канали збуту банківських послуг [Текст] / В. С. Котковський // Вісник Криворізького економічного інституту. - 2013. - № 2. - С. 102 - 104.

9. Продуктова політика як одна з ключових складових маркетингової політики банку [Текст] / Є. Ю. Данилюк // Формування ринкових відносин в Україні. - 2012. - № 8. - С.127 -131.

10. Трансформація каналів продажу банківських послуг у контексті забезпечення конкурентоспроможності банків [Текст] / І. Пасічник, К. Безадзе. - Вісник Національного банку України. - 2014. - № 10. - С. 28 - 33.

11. Фінансова стабільність ринку банківських послуг [Текст] / Г. В. Урсуленко // Інвестиції: практика та досвід. - 2014. - № 2. - С. 66 - 67

12. CRM - системи в маркетинговій політиці банку [Текст] / М. Диба, Є. Данилюк // Маркетинг в Україні. - 2012. - № 4. - С. 18 - 24.

4.3. Ресурси Інтернет

13. Мустафаева Д. Корпоративное управление в банках: на пути к совершенству [Електронний ресурс] / Д. Мустафаева. – Режим доступу: <http://www.credit-rating.com.ua/ru/Analysis.html>.

14. Чмутова І.М. Стратегічний вибір банку на різних стадіях його життєвого циклу [Електронний ресурс] / І. Чмутова. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/Analysis.html>.