

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

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

(назва навчальної дисципліни)

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до практичних занять
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

Метою проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері банківських послуг» є формування у студентів компетентностей щодо ефективного управління маркетинговою діяльністю у сфері банківських послуг та формування практичних навичок застосування маркетингового інструментарію у банківській діяльності.

У ході практичних занять здобувач набуває професійних компетентностей та практичних навичок роботи з вирішення прикладних задач професійної діяльності.

Відповідно до програми навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері банківських послуг» на практичні заняття відводиться 20 год. навчального часу.

Практичні заняття з навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент у сфері банківських послуг» проводяться у аудиторіях Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

При підготовці до конкретного практичного заняття в межах виконання відповідного завдання (табл. 2.1) здобувачі формують результати досліджень, які відповідають зазначеним викладачем вимогам, та захищають його під час аудиторного заняття перед викладачем і аудиторією одногрупників.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

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

Таблиця 2.1

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
Змістовий модуль І. Теоретико-методичні основи процесу управління маркетинговою діяльністю банку						
1.	Тема 1. Процес маркетингового менеджменту у сфері банківських послуг	Здатність використовувати теоретичні принципи до практичної побудови маркетингу у банківській сфері	Управлінські концепції банківського маркетингу; Основні блоки в управлінні банківським маркетингом та їх взаємозв'язок; Сучасні тенденції розвитку	2	...	Основна : [2,3,4]. Додаткова: [80шиб ка! Источник ссылки не найден.]

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
			маркетинг-менеджменту у банківській сфері			
2.	Тема 2. Управління маркетинговим комплексом банку	Здатність здійснювати управління маркетинговим комплексом	Вирішення комплексного практичного завдання «Управління маркетинговим комплексом банку»	6	...	Основна : [3,5]. Додаткова: [7,8,9,12,14]
Разом за змістовим модулем І 8						
Змістовий модуль ІІ. Функціональна складова управління маркетинговою діяльністю у банківській сфері						
	Тема 3 Система планування маркетингової діяльності у банківській установі	Здатність розробляти та виконувати стратегічні та тактичні плани маркетингу, проводити оперативну комунікаційну роботу з усіма підрозділами банку;	Вирішення практичного завдання «Формування маркетингової стратегії банку»	4	...	Основна : [3,4]. Додаткова: [7,13]
	Тема 4 Корпоративна культура та внутрішній маркетинг банку	Здатність до формування системи мотивації персоналу банку	Корпоративна культура соціально-відповідального банку. Система мотивації банківського персоналу Застосування внутрішнього PR як інструменту корпоративної культури банку.	2	...	Основна : [1,6]. Додаткова: [9,10]
	Тема 5 Організаційні аспекти маркетингової діяльності банку	Здатність організувати і проводити маркетинговий аналіз у сфері банківських	Вирішення практичного завдання «Створення маркетингових організаційних	4		Основна : [1,6]. Додаткова: [8,12]

№ з/п	Назва теми	Компетентності, які забезпечуються	Програмні питання і завдання	Кількість годин	Необхідне ПЗ*	Література
		послуг; обирати тип організаційної структури відділу маркетингу у банку;	структур у банку»			
	Тема 6 Система маркетингового контролю та маркетинговий аудит у банківській діяльності	Здатність здійснювати контроль, проводити маркетинг-аудит банку;	Вирішення практичного завдання «Проведення маркетингового аудиту на прикладі конкретного банку»	2		Основна : [2,5,6]. Додаткова: [7,9,11]
Разом за змістовим модулем П 12						
Разом за навчальною дисципліною 20						

*ПЗ – програмне забезпечення

3. ТИПОВИЙ ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття № 1:

Завдання: Вибрати стратегію розвитку ОТР банку за кожним напрямом його діяльності, оцінити збалансованість напрямів діяльності з використанням матриці БКГ.

Таблиця

Вихідні дані про цільові для банку ринки

Цільові для підприємства ринки	Темпи зростання ринку, %	Найнебезпечніший конкурент	Обсяг продажів банку "ОТР банку", тис. грн	Обсяг продажів найнебезпечнішого конкурента, тис. грн
Депозитні продукти банку	110,3			
Іпотечне кредитування	98,4			
Автокредитування	100,4			
Споживче кредитування	111,7			
Розрахунки з використанням платіжних карток	115,2			

Мета заняття: засвоїти метод стратегічного аналізу напрямків діяльності банку.

Основні теоретичні відомості: знання методів аналізу ринку банківських послуг, методів стратегічного аналізу.

Хід роботи.

1. Проаналізувати ринок банківських послуг. Виокремити найнебезпечніших конкурентів.
2. Заповнити колонки 4,5 використовуючи інформацію, яка міститься на офіційних сайтах обраних банків.
3. Побудувати матрицю БКГ для ОТР банку.
4. Оцінити збалансованість напрямів діяльності ОТР банку.

Очікуваний результат виконання завдання: результатом виконання завдання є набуття студентом компетентності щодо розробки та виконання стратегічних та тактичних планів маркетингу.

4. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Виконання кожного завдання для практичних занять оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань до практичних занять у межах тем змістових модулів наведено в табл. 4.2.

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для практичних занять	Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Сума балів
	ЗПЗ1	ЗПЗ2	ЗПЗ3	ЗПЗ4	ЗПЗ5	ЗПЗ6	
Максимальна кількість балів	10	30				20	10	20	10		100

ЗПЗ – завдання для практичних занять.

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

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**5.1. 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.

5.2. 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.

5.3. 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>.