

<p><b>Силабус курсу</b>  <b>Банківський маркетинг</b>  <b>Ступінь вищої освіти – бакалавр</b>  <b>Спеціальність – 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок</b>  <b>Освітньо-професійна програма - «Фінанси, банківська справа та страхування»</b></p> <p><b>Рік навчання: 2, Семестр: 3</b></p> <p><b>Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська</b></p>
--

Керівник курсу  
к.е.н., доцент **Бугель Юлія Володимирівна**

Контактна інформація: [b.juliya27@ukr.net](mailto:b.juliya27@ukr.net)

### Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Банківський маркетинг» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок у сфері організації маркетингової діяльності у комерційному банку з врахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів, володіння методами і прийомами аналізу і прогнозування ринку банківських послуг, вибору, розробки і реалізації на цій основі стратегії діяльності і розвитку банку в мінливих умовах навколишнього середовища і гострої конкурентної боротьби.

Вивчення даної дисципліни дає змогу студенту: оволодіти методами інструментами маркетингової діяльності комерційних банків на ринку банківських послуг; вміти визначати потреби наявних і потенційних клієнтів у банківських продуктах; здійснювати розрахунки оптимального рівня цін на банківські продукти і визначати умови їхньої диференціації; визначати найбільш доцільні канали збуту банківських продуктів; вміти визначати та здійснювати найбільш ефективні заходи щодо стимулювання збуту банківських послуг тощо.

### Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/1	Маркетинг та його специфіка у банківській сфері.	Знати основні концепції, складові частини та функцій банківського маркетингу; дослідити етапи розроблення та реалізації стратегії банківського маркетингу	Питання
4/1	Ринок банківських послуг. Конкуренція на ринку.	Здійснювати аналіз маркетингового середовища та виявляти ринкові можливості	Реферат, питання

		банківської установи на ринку банківських послуг; визначити фактори впливу на умови реалізації стратегії маркетингу банку. Ознайомити студентів із поняттям та особливостями банківської конкуренції на сучасному етапі.	
2/1	Система маркетингової інформації і маркетингових досліджень ринку банківських послуг.	засвоїти сутність та джерела маркетингової інформації; визначити етапи маркетингових досліджень та форми представлення їх результатів.	Питання
2/1	Маркетингова стратегія комерційного ринку.	дослідити етапи розроблення та реалізації стратегії банківського маркетингу	Тести
4/2	Продуктова політика комерційного банку.	з'ясувати сутність та механізм формування продуктової політики банківських установ; проводити аналіз продуктової структури ринку; життєвого циклу банківської послуги.	Презентація
4/2	Цінова політика комерційних банків.	з'ясувати сутність, призначення та об'єкти цінової політики комерційних банків; визначити етапи формування ціни на банківські послуги, методи їх розрахунку; дослідити сучасні тенденції і особливості цінової політики комерційних банків.	Питання
2/2	Організація збуту банківських послуг	Здійснювати аналіз: особливостей формування маркетингової стратегії збуту банківських послуг; методів збуту банківських продуктів; організації рекламної діяльності банку	Реферат, питання
4/2	Комунікаційна політика в сфері банківського бізнесу	з'ясувати зміст, значення та структуру комунікаційної політики банківських установ; визначити її методи та елементи.	Питання
2/2	Організація і контроль у	з'ясувати організаційні	Питання, РКР

	банківському маркетингу.	аспекти банківського маркетингу; визначити основні типи організаційних структур управління та контролю у банківському маркетингу.	
--	--------------------------	---	--

### Рекомендовані джерела інформації:

1. Агєєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) : навч. посібник : рек. МОН України. Львів: «Новий світ-2000», 2018. 493 с.
2. Варцаба В. І. Товарно-цінова політика як найважливіший маркетинговий інструмент банку (за матеріалами ПАТ «КБ «ПриватБанк»). Інтеллект ХХІ. 2018. № 1. С. 197–201. URL: [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018\\_1/43.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_1/43.pdf)
3. Демко М. Я., Гринів Н. Т. Тенденції розвитку маркетингової збутової та комунікаційної політики вітчизняних і зарубіжних банків в умовах цифрової економіки. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 1. С. 12–19. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/vknu-es-2021-n-1-290.pdf#page=12>
4. Дуброва Н.П., Крючко Л.С. Формування комплексної системи маркетингу у банку. Економіка і держава. 2019. № 5. С. 64–67. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4327&i=12>.
5. Жердецька Л. В., Клімашевська О. Д. Роздрібний банківський бізнес: сутність та тенденції розвитку під впливом фінансових технологій. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Збірник наукових праць. 2021. № 3-4 (280-281). С. 35-43. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2021/280-281/pdf/35-43.pdf>
6. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
7. Коваленко В. В. Теоретико-методичні засади формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Нобелівський вісник. 2020. № 1 (13). С. 30-39. URL: <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2020/6.pdf>
8. Луців Б.Л. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. Світ фінансів. Вип.1 (62), 2020. С.20-32.
9. Міщенко В., Науменкова С. Особливості маркетингу банківських інновацій в умовах невизначеності та асиметрії інформації. Гроші, фінанси і кредит. Вип. 46-2. 2019. С. 83-89.
10. Панченко О. В. Удосконалення маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 2. С. 7-13. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/3-1.pdf>
11. Піддубна В. Цифрова трансформація маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 3 (67), 2018. С.209- 220.
12. Соколюк К. Ю., Ліпковська К. А., Березюк В. О. Значення і вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток банківського маркетингу. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 30. С. 225–229. URL: <http://www.market-infr.od.ua/>

journals/2019/30\_2019\_ukr/36.pdf

13. Стратегія АТ КБ «ПриватБанк» до 2022 р. 2018. 34 с. URL: <https://static.privatbank.ua/files/20180117.pdf>

14. Фалюта А. В., Пась Я. І. Маркетингове управління розвитком банківського бізнесу. Інфраструктура ринку. 2021. Випуск 56. С. 135-139. URL: [http://www.marketinfr.od.ua/journals/2021/56\\_2021/25.pdf](http://www.marketinfr.od.ua/journals/2021/56_2021/25.pdf)

15. Best marketing teams 2019. URL: <https://best-marketing.com.ua/teams/19/>

16. Best marketing teams 2020. URL: <https://best-marketing.com.ua/teams/20/>

17. Best marketing teams 2021. URL: <https://best-marketing.com.ua/>

18. Demko, M., Kosar, N., & Kuzo, N. (2021). Integrated marketing communications of commercial banks in the conditions of a highly competitive market: essence and formation. *Global Prosperity*, 1(1–2), 22–31. DOI: <https://doi.org/10.46489/gpj.2021-1-1-8>

19. Shpak Nestor, Kulyniak Ihor, Gvozd Maryana, Malinovska Yuliya, Sroka Wlodzimierz. Estimation of the Marketing Activity of Banking Structures. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2020. Vol. 68(1). P. 229–242

### **Політика оцінювання**

У процесі вивчення дисципліни «Банківський маркетинг» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування, тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів модульної контрольної роботи; оцінювання комплексного практичного індивідуального завдання; оцінювання результатів самостійної роботи студентів; наукова дискусія; інші види індивідуальних і групових завдань; залік.

*Політика щодо дедлайнів та перескладання.* Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

*Політика щодо академічної доброчесності.* Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

*Політика щодо відвідування.* Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### **Оцінювання**

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Банківський маркетинг» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1		Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 3
20 %	20 %	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок отриманих на практичних заняттях	Підсумкова модульна контрольна робота по темах Теоретичні питання (2 пит-ня по макс 25 балів) Тестові завдання (10 тестів по 5 бали за тест) – макс. 50 балів	Оцінюються за 100-бальною Шкалою як середньозважена величина його складових: -80% - повнота виконання завдань тренінгу; -20% - оцінка презентацій них матеріалів	Сукупність питомої ваги кожної складової: -80% - виконання відповідного завдання; -20% - захист виконаного завдання.	Теоретичні питання (3 питання по макс 20 балів) Тестові завдання (10 тестів по 4 бали за тест) – макс. 40 балів

### Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX(незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)