

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Новороссийский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии
продаж банковских продуктов**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность: Финансовый маркетинг

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Новороссийск 2021

Составитель: к.э.н., доцент Т.Г. Марцева

Рекомендованы решением кафедры «Экономика, финансы и менеджмент» протокол № 1 от 26.08.2021 г.

Методические рекомендации к составлены в соответствии с ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Финансового университета при Правительстве РФ № 2325/о от 26 декабря 2017 года.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию у обучающихся стремления к творческому мышлению, к овладению навыками самостоятельной работы современными информационными технологиями.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Содержание внеаудиторной самостоятельной работы по темам

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Трудоемкость в часах	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное обучение обучающимися
1. Роль маркетинга на рынке банковских услуг	– работа с учебником и др. литературой; – составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы;	16	Характеристика и специфика банковских услуг и сделок.
2. Современные концепции стратегического маркетинга и управления инновациями, особенности их реализации в кредитной организации.	– работа с конспектом лекции; – составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; – подготовка к участию в дискуссии; – подготовка к тестированию	16	Особенности управления инновациями в зарубежных кредитных организациях
3. Система стратегического и инновационного банковского маркетинга и управления продвижением банковских продуктов	– работа с конспектом лекции, учебником и др. литературой; – изучение законов РФ по теме; – составление тезисов ответов на вопросы; – подготовка к работе в интерактивных группах; – подготовка к решению ситуационных задач	16	Управление брендами банковских продуктов Современное развитие инноваций в российских и зарубежных банках Конкурентные стратегии в трактовках Портера, Ансоффа, Друккера и др.
4. Виды и методы реализации конкурентных маркетинговых и	– работа с учебником и др. литературой; – составление плана и тезисов ответов на	16	Отдельные элементы комплекса маркетинга.

инновационных стратегий банка	контрольные вопросы; –подготовка к деловой игре		Коммуникационная политика банка и ее инструменты.
5. Организация процессов банковского маркетинга	–работа с учебником и др. литературой; –составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; –подготовка доклада; –подготовка к участию в дискуссии по проблематике докладов -подготовка к решению case-study по теме лекции	16	Организация служб маркетинга в банке Система маркетингового контроля, его виды.
Итого		80	

Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы

Задания для выполнения эссе

Эссе выполняется в целях закрепления теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на формирование у студентов рыночного, аналитического и финансово-экономического мышления, основанного на понимании сущности стратегической и инновационной маркетинговой концепции управления деятельностью современных коммерческих банков.

Приступая к выполнению эссе, студент должен выбрать одну из предложенных тем. В выбранном варианте тем эссе студент должен раскрыть предложенные вопросы по компетенциям, в цифровом формате обосновать решение, аргументировать излагаемые предложения, выявить проблемную гипотезу. Это позволит будущему магистру изучить более подробно теоретические аспекты банковского маркетинга, освоить навыки работы с учебной, научной и специализированной литературой, приобрести необходимые умения для разработки и продвижения инновационного банковского продукта.

Темы эссе по дисциплине «Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов»:

1. Современные концепции стратегического маркетинга в банках.
2. Управление инновациями в кредитной организации.
3. Современные банковские инновации и технологии.
4. Управление продвижением банковских продуктов: проблемы и перспективы.
5. Брендинг банковских продуктов.
6. Ребрендинг банковских продуктов.
7. Конкурентные маркетинговые стратегии банка.

8. Конкурентные инновационные стратегии банка.
9. Организация процессов банковского маркетинга.
10. Развитие современного банковского маркетинга в мире.

Порядок выполнения эссе, требования по оформлению и критерии оценки представлены в разработанных и утвержденных кафедрой «Методических рекомендациях по выполнению эссе по дисциплине «Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов», автор проф. Карпова С.В.

Методические рекомендации по подготовке эссе по дисциплине «Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов» разработаны на основе приказа Финансового университета от 01.04.2014 № 611/0 «Об утверждении Положений о реферате, эссе, контрольной работе, домашнем творческом задании студента по дисциплине (модулю).

Методические рекомендации разработаны с использованием следующих ранее разработанных материалов автора: *Карпова С.В., Фирсова И.А.* Методические рекомендации по выполнению эссе по дисциплине «Маркетинг» для студентов, обучающихся по направлениям 080200.62 «Менеджмент», 080100.62 «Экономика», 040100.62 «Социология» (программа подготовки бакалавров) – М.: Финуниверситет, кафедра «Маркетинг», 2011; *Фирсова И.А., Карпова С.В., Азарова С.П.* Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг». Для студентов, обучающихся по направлениям 080200.62 «Менеджмент», 080100.62 «Экономика», 040100.62 «Социология» (программа подготовки бакалавров) – М.: Финуниверситет, кафедра «Маркетинг», 2012.

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Концепции маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая.
2. Особенности маркетинга в системе стратегического управления банком.
3. Факторы, определяющих содержание современного банковского маркетинга.
4. Принципы и приемы банковского маркетинга.
5. Активный и пассивный маркетинг.
6. Особенности управления инновациями в банковском секторе.
7. Концепция инновационного менеджмента.
8. Цели и задачи стратегического банковского маркетинга.
9. Элементы системы банковского маркетинга.
10. Понятие среды маркетинга: макросреда и микросреда.
11. Особенности маркетинговых исследований в системе стратегического маркетинга.
12. Информационная инфраструктура системы банковского маркетинга.
13. Концепция жизненного цикла банковского продукта и тенденции сокращения его длительности.

14. Основные элементы системы управления банковскими инновациями.
15. Классификация и стратегии управления банковскими продуктами на основе концепции жизненного цикла.
16. Индивидуальный подход к клиенту как основной принцип продвижения современных банковских продуктов.
17. Понятие маркетинговой конкурентной стратегии и пирамида ее целей.
18. Эволюция концепций построения маркетинговых стратегий компании.
19. Современные особенности развития комплекса маркетинга.
20. Принципы формирования и классификации конкурентных стратегий коммерческих банков.
21. Особенности конкурентных стратегии в трактовках М. Портера, И. Ансоффа, П. Друккера.
22. Инновации как фактор формирования стратегии и стоимости банка.
23. Методы разработки маркетинговой конкурентной стратегии банка.
24. Продуктовая маркетинговая стратегия банка.
25. Брендинг и ребрендинг в банках.
26. Ценовая политика банка, ее объекты и инструменты.
27. Сбытовая политика и сбытовая сеть банка: порядок организации и условия развития.
28. Коммуникационная политика банка и ее инструменты: личная продажа, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью.
29. Реклама в банках.
30. Личные продажи в банках.
31. Роль маркетинга в стимулировании сбыта банковского продукта.
32. Мероприятия по связям с общественностью в банках.
33. Типы организационных структур банка и их связь с маркетинговыми и инновационными стратегиями банка.
34. Особенности организации деятельности маркетинговой службы банка.
35. Система маркетингового контроля в банках, его виды.
36. Современные технологии маркетингового планирования в банках.
37. Маркетинговый план банка.
38. Особенности подготовки бизнес-планов и оперативных планов банков в соответствии с их стратегией.
39. Маркетинговая политика международных банков.
40. Особенности применения банковского маркетинга в России.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины Подготовка доклада.

Планом семинарских занятий по дисциплине «Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов» предусмотрены проблемные доклады по отдельно сформулированным подтемам (см. пункт 5.3 «Содержание практических и семинарских занятий» настоящей РПД). К докладу, как правило, готовится презентация

(мультимедиа), отражающая основные его положения. В презентацию могут быть, например, включены графики и рисунки в виде небольших по объему таблиц, блок-схем, диаграмм, которые наглядно иллюстрируют логику рассуждений, подтверждают выводы автора. Все цифры и надписи в презентации должны хорошо читаться. Основные формулировки проблем, предложений автора также целесообразно отразить в презентации для облегчения обсуждения их в группе.

На представление одного доклада в плане занятий по дисциплине

«Маркетинговая стратегия коммерческого банка и технологии продаж банковских продуктов», как правило, отводится до 10 минут. При этом уточняющие вопросы могут задаваться в процессе доклада, а проблемное обсуждение (дискуссия) проводится после полного изложения автором своих позиций по теме доклада. Для участия в обсуждении проблемных вопросов, затронутых в докладе, все студенты должны изучить данную тему при подготовке к семинару и быть способными задавать и отвечать на вопросы. В свою очередь докладчик должен представить проблему наиболее подробно и глубоко. Задача докладчика – построить свое выступление таким образом, чтобы оно стало основой для последующей дискуссии в группе.