


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
на заседании
Учебно-методического
совета ИОО

протокол № 178 от 27.06 2023г.
Председатель Муравьева Е.В.
«27» 06 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина	Маркетинг в коммерческом банке
Учебное подразделение	Современный открытый колледж «СОКОЛ»
Курс	1

Специальность: 38.02.07 Банковское дело

Форма обучения: очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01» сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании УМС: протокол № _____ от _____ 20__ г


Программа актуализирована на заседании УМС: протокол № _____ от _____ 20__ г

Программа актуализирована на заседании УМС: протокол № _____ от _____ 20__ г


Сведения о разработчиках:

ФИО	Должность, ученая степень, звание
Муравьева Елена Валентиновна	Доцент кафедры Экономики и предпринимательства, к.э.н.

СОГЛАСОВАНО
Директор Колледжа «СОКОЛ»

 /Медведев Е.В.

«27» июня 2023г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УД

1.1. Цели и задачи, результаты освоения (знания, умения)

Целью изучения дисциплины является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга в коммерческом банке, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в коммерческом банке.

Задачи:

- усвоить основные понятия в области маркетинга в коммерческом банке;
- получить базовые представления о целях и задачах маркетинга в коммерческом банке, роли маркетинга в коммерческом банке в современном обществе;
- изучить содержание маркетинговой деятельности в коммерческом банке;
- приобрести знания в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации в коммерческом банке.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания, компетенции

Код компетенции	Умения	Знания
ОК 1., ОК 2., ОК 4.	- принимать решения в области формирования маркетинговых стратегий в коммерческом банке, маркетинговой политики в коммерческом банке	<ul style="list-style-type: none"> – сущность, содержание и ключевые принципы современного маркетинга в коммерческом банке; – результаты новейших теоретических исследований по проблемам стратегического и операционного маркетинга в коммерческом банке, публикуемых в российских и зарубежных профессиональных журналах; – принципы формирования маркетинговой стратегии и составления стратегического и тактического плана маркетинга в коммерческом банке.


1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Программа по учебной дисциплине «Маркетинг в коммерческом банке» является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.07 Банковское дело, утвержденной приказом Министерства образования и науки РФ № 67 от 05.02.2018 г., в части освоения общепрофессионального цикла.

Учебная дисциплина «Маркетинг в коммерческом банке» обеспечивает формирование и развитие профессиональных и общих компетенций ОК 1., ОК 2., ОК 4., ПК. 2.1.

1.3. Количество часов на освоение программы

Максимальная учебная нагрузка обучающегося - **72** часа, в том числе:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		


обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - **66** час.;
самостоятельная работа обучающегося - **6** час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УД

2.1. Объем и виды учебной работы


Форма обучения очная

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
теоретическое обучение	36
практические занятия	30
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	6
в том числе:	-
- работа над курсовой работой (проектом)	
проработка учебного материала	3
подготовка к зачету	3
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета</i>	


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

2.2. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект	Объем часов	Уровень освоения	Форма текущего контроля
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «маркетинг в коммерческом банке». Сущность маркетинга в коммерческом банке	Содержание учебного материала	12		
	Предмет изучения курса. Цель изучения дисциплины. Роль дисциплины «маркетинг в коммерческом банке» в формировании профессиональных знаний. Взаимосвязь курса «маркетинг в коммерческом банке» с другими учебными дисциплинами. Понятие маркетинга в коммерческом банке. Основные категории маркетинга в коммерческом банке. Состояния спроса, соответствующие этим состояниям. Цели системы маркетинга в коммерческом банке. Основные функции маркетинга в коммерческом банке.		2	Устный опрос доклад
	Теоретическое обучение	6		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
Тема 2. История становления маркетинга в коммерческом банке	Содержание учебного материала	12		
	Возникновение теории маркетинга в коммерческом банке. Концепции маркетинга в коммерческом банке на различных этапах развития маркетинга в коммерческом банке как философии и методологии. Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Концепция маркетинга в коммерческом банке. Концепция социально-ответственного маркетинга в коммерческом банке.		2	Устный опрос доклад
	Теоретическое обучение	6		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
Тема 3. Управление маркетинговой деятельностью в коммерческом банке	Содержание учебного материала	12		
	Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Цели внедрения на рынок. Сегментирование рынков. Стратегии охвата целевых рынков. Концентрированный маркетинг в коммерческом банке. Дифференцированный маркетинг. Междифференцированный или Интегрированный маркетинг. Система планирования маркетинга в коммерческом банке. Система маркетингового контроля в коммерческом банке.		3	Устный опрос доклад
	Теоретическое обучение	6		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

Тема 4. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	12		
	Понятие маркетинговых исследований. Исследование рынка банковских услуг. Исследование клиентов. Исследование конкурентов. Исследование банковских услуг. Исследование цены. Исследование продвижения товара и продаж. Исследование внутренней среды предприятия. Процесс маркетинговых исследований в коммерческом банке. Источники информации. Качественные и аппаратные методики исследований.		2	Устный опрос тестирование
	Теоретическое обучение	6		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
Тема 5. Сбыт в системе маркетинга в коммерческом банке	Содержание учебного материала	12		
	Понятие сбытовой деятельности. Функции системы сбыта. Маркетинговые каналы распределения товаров и услуг, их виды. Функции посредников. Функции канала распределения. Структура канала сбыта. Маркетинговые системы распределения банковских услуг. Мотивирование участников канала. Обучение работников методикам продаж и изучение товаров компании, ее политики и ориентации на удовлетворение клиентов банка. Оценка труда на индивидуальном и коллективном уровне.		2	Устный опрос доклад
	Теоретическое обучение	3		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
Тема 6. Маркетинговые коммуникации в коммерческом банке	Содержание учебного материала	12		
	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Модель процесса коммуникации в коммерческом банке. Комплекс стимулирования. Основные средства стимулирования: реклама, дополнительные продажи, связи с общественностью (PR), прямой маркетинг.		3	Устный опрос доклад
	Теоретическое обучение	6		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	5		
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
Промежуточная аттестация: зачет				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Управление маркетинговой деятельностью в коммерческом банке как процесс, основные этапы. 2. Стратегии охвата целевых рынков. 3. Реализация маркетинговых мероприятий в коммерческом банке. 4. Основные направления маркетинговых исследований. 5. Источники маркетинговой информации. Методы сбора информации для маркетинговых исследований. 6. Стратегический и операционный маркетинг в коммерческом банке. 7. Основные стратегии маркетинга в коммерческом банке. 				

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

<p>8. Понятие стратегического подхода в управлении маркетингом в коммерческом банке.</p> <p>9. Характеристика основных элементов макросреды в коммерческом банке. Анализ факторов макросреды.</p> <p>10. Характеристика основных элементов микросреды в коммерческом банке. Анализ факторов микросреды.</p> <p>11. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов в коммерческом банке.</p> <p>12. Анализ конкурентов. Основные направления исследования.</p> <p>13. Упаковка, маркировка и гарантии.</p> <p>14. Поведение клиентов. Понятие и структура цепочки клиентов коммерческого банка.</p> <p>15. Цели и этапы ценообразования.</p> <p>16. Методы ценообразования.</p> <p>17. Ценовые стратегии маркетинга в коммерческом банке.</p> <p>18. Виды скидок с цены.</p> <p>19. Политика снижения или повышения цен.</p> <p>20. Понятие сбытовой деятельности. Функции системы сбыта.</p> <p>21. Маркетинговые каналы распределения продукции. Функции посредников. Функции каналов распределения.</p> <p>22. Структура каналов сбыта.</p> <p>23. Выбор каналов распределения.</p> <p>24. Комплекс стимулирования. Основные средства стимулирования.</p> <p>25. Реклама. Выбор носителей рекламы.</p>			
Всего	72		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УД

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины «Маркетинг в коммерческом банке» производится в учебном корпусе УлГУ по адресу: г. Ульяновск, ул. 12 Сентября, 9:

Учебная **аудитория 205** для проведения занятий лекционного типа, групповых занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Комплект ученической мебели на 85 посадочных мест; рабочее место преподавателя. Технические средства: компьютер; проектор; интерактивная доска; доска аудиторная; WI-FI, интернет, доступ к ЭБС. Площадь 108,4 кв.м.

Учебная **аудитория 104** для проведения занятий лекционного типа, групповых занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещение укомплектовано ученической мебелью на 64 учебных мест, доска аудиторная, WI-FI, интернет, доступ к ЭБС. Площадь 56,7 кв.м.

Компьютерный **кабинет 202** для проведения групповых занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Технические средства: комплект ученической мебели с компьютерами на 10 посадочных мест; рабочее место преподавателя с компьютером;

проектор; экран настенный; доска аудиторная; WI-FI, интернет, доступ к ЭБС. Площадь 55,3 кв.м.

Отдел обслуживания Института экономики и бизнеса научной библиотеки (аудитория 803) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 50 посадочных мест и оснащена и техническими средствами обучения (3 персональных компьютера) с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 105,51 кв.м.


Кабинет для самостоятельной работы студентов – **компьютерный кабинет 203**: Технические средства: комплект ученической мебели с компьютерами на 10 посадочных мест; рабочее место преподавателя с компьютером; проектор; экран настенный; доска аудиторная; WI-FI, интернет, доступ к ЭБС. Площадь 55 кв.м.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Перечень рекомендуемых учебных изданий:

Основные источники:


1. *Божук, С. Г.* Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513628>
2. *Гапоненко, А. Л.* Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16885-3. — Текст :

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

- электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531958>
3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513792>
 4. *Карасев, А. П.* Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511785>
 5. *Карпова, С. В.* Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531482>

Дополнительные источники:


1. *Коротков, А. В.* Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513759>
2. *Кузьмина, Е. Е.* Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531422>
3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531183>
4. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511781>
5. *Михалева, Е. П.* Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

- 02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510420>
6. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511681>
 7. Экономика отрасли информационных систем : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Л. Рыжко, Н. А. Рыжко, Н. М. Лобанова, Е. О. Кучинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 176 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11628-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518508>
 8. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>
 9. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511695>
 10. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517793>
 11. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>
 12. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

Учебно-методические издания:

1. Муравьева Е. В., Методические рекомендации для самостоятельной работы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

Информационные справочные системы современных информационно-коммуникационных технологий:

б) Программное обеспечение

1. СПС Консультант Плюс
2. Система «Антиплагиат.ВУЗ»
3. ОС Microsoft Windows
4. MicrosoftOffice 2016
5. «МойОфис Стандартный»

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». - Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». - Санкт-Петербург, [2023]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». - Москва, [2023]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». - Москва, [2023]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2023]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В.


Должность сотрудника УИТТ

Ф.И.О.

Подпись

Дата

2023.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

3.3. Специальные условия для обучающихся с ОВЗ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «маркетинг в коммерческом банке». Сущность маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Написание реферата Подготовка к сдаче зачета	1	Устный опрос доклад
Тема 2. История становления маркетинга в коммерческом банке	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Написание реферата Подготовка к сдаче зачета	1	Устный опрос доклад
Тема 3.	Проработка учебного материала с	1	Устный опрос


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

Управление маркетинговой деятельностью предприятия	использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Написание реферата Подготовка к сдаче зачета		доклад
Тема 4. Маркетинговые исследования в коммерческом банке	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию Подготовка к сдаче зачета	1	Устный опрос тестирование
Тема 5. Сбыт в системе маркетинга в коммерческом банке	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Написание реферата Подготовка к сдаче зачета	1	Устный опрос доклад
Тема 6. Маркетинговые коммуникации в коммерческом банке	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины Подготовка к устному опросу Написание реферата Подготовка к сдаче зачета	1	Устный опрос доклад


5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УД

Контроль и оценка результатов освоения УД осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.


Результаты (усвоенные знания, освоенные умения и компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы, методы контроля и оценки результатов обучения
У1 - оперировать основными понятиями и категориями маркетинга	Оперирование основными понятиями и категориями маркетинга	Текущий контроль - наблюдение и оценка выполнения практических действий, промежуточная аттестация в виде зачета
У2 - проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения	Проведение маркетинговых исследований, анализ их результатов и принятие маркетинговых решений	
У3 - анализировать факторы маркетинговой среды,	Проведение анализа факторов маркетинговой среды,	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		

принимать маркетинговые решения	принимать маркетинговые решения	
У4 - применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта	Применение методов формирования спроса и стимулирования сбыта	
31 - принципы и функции маркетинга	Демонстрирует знание принципов и функций маркетинга	
32 - сущность стратегического планирования в маркетинге	Демонстрирует знание сущности стратегического планирования в маркетинге	
33 - ценовые стратегии и методы ценообразования	Демонстрирует знание ценовых стратегий и методов ценообразования	
34 - основы рекламной деятельности	Демонстрирует знание основ рекламной деятельности	
35 - методы маркетинговых исследований	Демонстрирует знание маркетинговых исследований	
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	Способность самостоятельно выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения учебной дисциплины. Промежуточная аттестация в форме зачета.
ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	Способность самостоятельно работать с информацией, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.	
ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	Обладать навыками работы в коллективе и эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	

Разработчик 
подпись

доцент кафедры ЭиП Муравьева Елена Валентиновна

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа учебной дисциплины		