



## Силабус курсу БАНКІВСЬКИЙ МАРКЕТИНГ

Освітньо-професійна програма «Фінанси»  
Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Рік навчання: 2, Семестр: 3

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПІП

к. е. н., доц. Штефан Людмила Борисівна

Контактна інформація

[l.shtefan@wunu.edu.ua](mailto:l.shtefan@wunu.edu.ua)

### Опис дисципліни

Дисципліна «Банківський маркетинг» спрямована на формування у студентів системи знань в галузі методики та організації банківського маркетингу, набуття теоретичних та практичних навичок в сфері 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.

Оволодіння цією дисципліною повинно виробити навички вивчення комплексної системи організації банківської справи та збуту банківських послуг, орієнтованих на вивчення і задоволення наявних і потенційних потреб банківських клієнтів та отримання прибутку на основі комплексного вивчення, аналізу та прогнозування ринку банківських послуг.

### Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 1	1. Маркетинг та його специфіка у банківській сфері.	Розуміти необхідність маркетингу у банківській справі, поняття банківського маркетингу, його основні концепції, складові частини та функції. Знати еволюцію банківського маркетингу, мету та завдання маркетингу в банках. Розуміти ринкову політику та інструменти банківського маркетингу та перспективи застосування маркетингу комерційними банками України.	Тести, питання

4 / 1	2. Ринок банківських послуг. Конкуренція на ринку.	Знати поняття і структуру ринку банківських послуг. Розуміти формування і розвиток ринку банківських послуг в Україні. Знати поняття і рівні банківської конкуренції, внутрігалузову і міжгалузову банківську конкуренцію. Знати методи цінової і нецінової конкуренції та особливості банківської конкуренції на сучасному етапі.	Тести, питання
2 / 1	3. Система маркетингової інформації маркетингових досліджень ринку банківських послуг.	Знати поняття та джерела маркетингової інформації, внутрішню звітність і зовнішні джерела інформації. Розуміти первинну і вторинну інформацію, методологію її збору та алгоритм побудови інформаційної системи. Знати поняття і види маркетингових досліджень та етапи маркетингових досліджень. Розуміти сегментацію ринку банківських послуг, типи і критерії сегментації. Вміти застосовувати теорії життєвого циклу при сегментації ринку банківських послуг.	Тести, питання
2 / 1	4. Маркетингова стратегія комерційного ринку.	Вміти формувати стратегічну мету комерційного банку та прогнозувати банківський ринок. Знати інструменти банківського прогнозування. Здійснювати оцінку і прогнозування попиту на банківські послуги. Вміти оцінювати маркетингове середовище банку та фактори мікро- та макросередовища банку. Обґрунтовувати вибір стратегії банку та критерії вибору стратегічної мети. Вміти будувати двомірні матриці формування стратегії комерційного банку.	Питання, тести
4 / 2	5. Продуктова політика комерційного банку.	Знати поняття продуктової політики банку, її цілі та завдання та етапи продуктової політики. Визначати банківські продукти і їх класифікацію, банківські послуги і банківські операції. Знати показники банківських послуг. Розуміти маркетинговий аналіз основних видів послуг банку та концепцію життєвого циклу банківської послуги і її практичне врахування в діяльності банків. Вміти розробляти і впроваджувати нові банківські продукти на ринок.	Задачі, тести

4 / 2	6. Цінова політика комерційних банків.	Знати суть, призначення і об'єкти цінової політики комерційних банків, цінову стратегію і тактику банку, етапи визначення ціни на банківські послуги. Розуміти методи розрахунку ціни на банківські послуги. Знати сучасні тенденції і особливості цінової політики комерційних банків та державне регулювання цінової політики комерційних банків.	Задачі, тести
2 / 2	7. Організація збуту банківських послуг.	Знати суть і значення збутової політики банків, типи орієнтації збуту. Розуміти маркетингову стратегію збуту, методи і системи збуту банківських послуг. Знати системи дистанційної продажі банківських послуг, тенденції і перспективи розвитку системи збуту банківських послуг. Обґрунтовувати рішення питання про розміщення точок збуту банківських послуг. Вміти управляти розвитком філіальної сітки банків. Знати вимоги до банківських офісів з точки зору маркетингу і точки зору безпеки.	Питання, тести
4 / 2	8. Комунікаційна політика в сфері банківського бізнесу.	Знати суть, значення і структуру комунікаційної політики, етапи розробки комунікаційної стратегії, етапи розробки рекламної політики, її особливості та оцінка ефективності, розробку рекламного бюджету. Розуміти методи та інструменти стимулювання споживачів, банківського персоналу та посередників. Знати комунікаційний процес і маркетингові рішення, елементи комунікаційного комплексу та їх призначення. Оцінювати організацію роботи комерційного банку по залученню до обслуговування потенційних клієнтів. Уміти управляти розвитком клієнтської бази банку.	Питання, тести
2 / 2	9. Організація і контроль у банківському маркетингу.	Розуміти організаційні аспекти банківського маркетингу, основні типи організаційних структур управління маркетинговою діяльністю. Знати організацію, основні функції і завдання маркетингових служб українських комерційних банків, ієрархію функцій маркетингових підрозділів, взаємозв'язок структури та функцій маркетингових служб із організаційною структурою банку. Знати об'єкти маркетингового контролю.	Питання, тести

## Літературні джерела

1. Агеев Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань): навч. посібник: рек. МОН України. Львів: «Новий світ-2000», 2018. 493 с.
2. Безус Р. М., Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Донських А. С., Воловик Д. В. Маркетинг у банках : навч. посібник. Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с.
3. Гасій О. В., Соколова А. М., Прохар Н. В. Фактори конкурентного середовища у банківському секторі України: регіональний аспект. Ефективна економіка. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
4. Гончаренко Т. Стратегічний аналіз внутрішнього середовища банку. Науковий вісник Полісся. 2021. № 2 (18). С. 190-198.
5. Демко М., Черкес Р. Сучасні тенденції збуту та просування банківських продуктів в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1903/1831>.
6. 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.
7. Дуброва Н.П., Крючко Л.С. Формування комплексної системи маркетингу у банку. Економіка і держава. 2019. № 5. С. 64-67.
8. Дятлова Ю.В. Розвиток банківського сектору України в умовах конкурентної інтерналізації: методичний підхід до оцінювання. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2019. Вип.16. Т.1. С.67-74.
9. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
10. Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Напрями втілення інновацій у маркетингову діяльність комерційних банків України у сучасних умовах. Економіка та право. 2018. № 1 (49). С. 143-150.
11. Лихолат С., Грицюк Т. Формування комплексу маркетинг-міксу у банківській сфері. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1599/1538>.
12. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. Світ фінансів. 2020. Вип. 1 (62). С. 20-32.
13. Маркетинг у банках: навч. посібник / за ред. І.Г. Кадирус. Дніпро: Журфонд, 2019. 320 с.
14. Міщенко В.І, Науменкова С.В. Особливості маркетингу банківських інновацій в умовах невизначеності та асиметрії інформації. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 462. С. 83-89.
15. Павлюк В.Н. Аналіз процесу стратегічного маркетингового планування в банківській сфері. Банківська справа. 2018. № 6. С. 30–39.
16. Панченко О.В. Удосконалення маркетингових комунікацій у забезпеченні ефективності діяльності банків в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 2. С. 7-13.
17. Про банки і банківську діяльність: Закон України від від 07.12.2000 № 2121-III (редакція від 05.08.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text>.

18. Птащенко О. В. Розвиток маркетингу банківської сфери на засадах клієнтоорієнтованого підходу. Вісник КНУТД. Серія : Економічні науки. 2019. № 2 (133). С. 70-78.

19. 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.

20. Черкасова М.В. Трансформація маркетингової стратегії банку в умовах цифровізації. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. №3-4 (292-293). С. 61-67.

21. Bank Marketing Strategies to Keep in your Budget Next Year. 2022. URL: <https://www.fintelconnect.com/blog/bank-marketing-strategies-2022>.

22. Banking Market Outlook 2023 – 2026. URL: <https://www.reportlinker.com/clp/global/8830>.

23. Demko M., Kosar N., Kuzo N. Integrated marketing communications of commercial banks in the conditions of a highly competitive market: essence and formation. Global Prosperity. 2021. № 1(1-2). P. 22–31. URL: <https://doi.org/10.46489/gpj.2021-1-1-8>.

24. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A., Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in modern conditions of financial market development. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2019. № 2(29). С. 3– 12. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/1982>.

25. TOP BANKING TRENDS AND CHALLENGES FOR 2023. URL: <https://www.thedubs.com/top-banking-trends-and-challenges-for-2022>.

26. What's On the Way for Bank Marketers in 2022. URL: <https://bankingjournal.aba.com/2022/01/whats-on-the-way-for-bank-marketers-in2022>.

## ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

27. Офіційний сайт Асоціації українських банків. URL: <http://www.aub.com.ua/>

28. Офіційний сайт Верховної Ради України URL: <http://www.rada.gov.ua/>

29. Офіційний сайт Національного банку України URL: <http://www.bank.gov.ua/>

## Політика оцінювання

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

## Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Заліковий модуль 1 (теми 1-3) 1. Усне опитування під час заняття (3 теми по 10 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	30
Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота) (теми 4-9) 1. Усне опитування під час заняття (6 тем по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	40
Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка КПІЗ) 1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	30

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом