

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговая стратегия банка в аграрном секторе экономики»

Цель дисциплины. Целью освоения дисциплины «Маркетинговая стратегия банка в аграрном секторе экономики» является обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области эффективного использования рыночного механизма в условиях самостоятельности коммерческих банков как институтов рынка.

Задачи дисциплины:

– освоить методы анализа внешней среды (социально-экономического положения регионального сегмента АПК, прогнозы развития рынка финансовых услуг);

– освоить методы анализа позиции банков – конкурентов с целью разработки конкурентоспособной ценовой стратегии предприятий АПК и личных подсобных хозяйств;

– научить пользование приемами сегментации клиентской базы агропродовольственного сектора и сегментация рынка банковских услуг предприятиям сферы АПК;

– изучить потребностей клиентов в финансовых услугах и разработка продуктовой стратегии банка на отраслевых рынках;

– изучить сильные и слабые стороны банка, выявление перспективных направлений его развития на отраслевых рынках АПК.

Тема. Основные вопросы.

Тема 1 Понятие и сущность банковского маркетинга

1. Необходимость и значение маркетинга в банковском деле
2. Объект изучения маркетинга- рынок банковских услуг
3. Виды банковских услуг и спрос на них
4. Процесс управления маркетингом в банке

Тема 2 Организация маркетинговых исследований в банке

1. Виды маркетинговых исследований
2. Этапы проведения маркетинговых исследований
3. Сегментация рынка банковских услуг
4. Структурный анализ секторов рынка банковских услуг

Тема 3 Разработка стратегии банка в аграрном секторе экономики

1. Понятие стратегического маркетингового управления в сфере АПК
2. Формирование ценовой маркетинговой стратегии банков в сфере АПК
3. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги потребителям сферы

АПК

Тема 4 Разработка продуктовой маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе экономики

1. Определение целей деятельности банка на рынке банковских услуг
2. Формирование ассортиментного продуктового ряда
3. Продуктовая стратегия банка
4. Жизненный цикл банковских услуг
5. Коммуникационная стратегия банка

Тема 5 Маркетинговые стратегии на отдельных рынках банковских услуг аграрного предпринимательства

1. Секторальное деление рынка финансовых услуг
2. Маркетинг рынка депозитных продуктов
3. Маркетинг рынка кредитных продуктов
4. Маркетинг рынка ценных бумаг

Тема 6 Техника продажи банковских продуктов субъектам сферы АПК

1. Технические и коммерческие составляющие банковского продукта
2. Организация и проведение презентаций

3. Анализ поведения клиентов и мотивов покупки банковских продуктов

4. Жизненный цикл банковских потребностей

Тема 7 Организация продаж банковских продуктов по управлению активами агропромышленных корпораций

1. Эволюция рынка корпоративных клиентов

2. Ассортимент банковских продуктов и услуг для агропромышленных корпораций

3. Организация бизнес-планирования персональных менеджеров агропромышленных корпораций

4. Мероприятия по финансированию агропромышленных корпораций

Тема 8 Организация продаж банковских продуктов по управлению имуществом КФХ и ЛПХ

1. Сегментация рынка физических лиц

2. Определение и понимание потребностей розничных КФХ и ЛПХ

3. Банковское предложение розничных услуг КФХ и ЛПХ

4. Послепродажное обслуживание клиентов КФХ и ЛПХ

Объем дисциплины 2 з. е.

Форма промежуточного контроля - зачет.