

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

**Цель дисциплины** - формирование комплекса знаний об организационных, научных и методических основах функционирования коммерческих банков как институтов рынка в области эффективного использования рыночного механизма в условиях самостоятельности.

### **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 пользоваться приемами сегментации клиентской базы агропродовольственного сектора и сегментация рынка банковских услуг предприятиям сферы АПК;
- изучить потребности 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.

Тема. Основные вопросы.

- 1 Понятие и сущность банковского маркетинга
  - 1.1. Необходимость и значение маркетинга в банковском деле
  - 1.2. Объект изучения маркетинга- рынок банковских услуг
  - 1.3 Виды банковских услуг и спрос на них
  - 1.4 Процесс управления маркетингом банка
- 2 Организация маркетинговых исследований в банке
  - 2.1. Виды маркетинговых исследований
  - 2.2. Этапы проведения маркетинговых исследований
  - 2.3. Сегментация рынка банковских услуг
  - 2.4. Структурный анализ секторов рынка
- 3 Разработка стратегии банка в аграрном секторе экономики
  - 3.1 Понятие стратегического маркетингового управления в сфере АПК
  - 3.2 Формирование ценовой маркетинговой стратегии банков в сфере АПК
  - 3.3. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги потребителям банковских услуг сферы АПК
- 4 Разработка продуктовой маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе экономики
  - 4.1. Определение целей деятельности банка на рынке банковских услуг
  - 4.2 Формирование ассортимента продуктового ряда
  - 4.3 Продуктовая стратегия банка
  - 4.4. Жизненный цикл банковских услуг
  - 4.5. Коммуникационная стратегия банка
- 5 Маркетинговые стратегии на отдельных рынках банковских услуг аграрного предпринимательства
  - 5.1 Секторальное деление рынка финансовых услуг
  - 5.2 Маркетинг рынка депозитных продуктов
  - 5.3 Маркетинг рынка кредитных продуктов
  - 5.4. Маркетинг рынка ценных бумаг
- 6 Техника продажи банковских продуктов субъектам сферы АПК

6.1. Технические и коммерческие составляющие банковского продукта

6.2. Организация и проведение презентаций

6.3. Анализ поведения клиентов и мотивов покупки банковских продуктов

6.4. Жизненный цикл банковских потребностей

7 Организация продаж банковских продуктов по управлению активами агропромышленных корпораций

7.1. Эволюция рынка корпоративных клиентов

7.2. Ассортимент банковских продуктов и услуг для агропромышленных корпораций

7.3. Организация бизнес-планирования персональных менеджеров агропромышленных корпораций

7.4. Мероприятия по финансированию агропромышленных корпораций

8 Организация продаж банковских продуктов по управлению имуществом КФХ и ЛПХ

8.1. Сегментация рынка физических лиц

8.2. Определение и понимание потребностей розничных КФХ и ЛПХ

8.3. Банковское предложение розничных услуг КФХ и ЛПХ

8.4. Послепродажное обслуживание клиентов КФХ и ЛПХ

Объем дисциплины 3 з. е.

Форма промежуточного контроля – зачет.