

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе дисциплины**

### **«Продвижение банковских услуг»**

Рабочая программа учебной дисциплины «Продвижение банковских услуг» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль ПБ.38.03.01.Банковский бизнес) разработана в соответствии с:

1. требованиями порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301
2. требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1327 от 12.11.2015
3. учебным планом профиля Банковский бизнес, одобренным Ученым советом АНО ВО «Международный банковский институт» от «29» августа 2017 г. Протокол № 6.

Целями освоения дисциплины «Продвижение банковских услуг» являются формирование у обучающихся системных фундаментальных знаний в области банковского маркетинга. Приобретение практических навыков по поиску и сбору информации по полученному заданию и проведения необходимых интерпретаций показателей, характеризующих социально-экономические процессы, а также применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с современными требованиями к избранному виду деятельности в профессиональной среде.

Дисциплина «Продвижение банковских услуг» относится к профессиональному циклу и изучается на протяжении одного семестра в объеме 180 часов (5 зачетных единиц).

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, формируемых предшествующими дисциплинами: Основы предпринимательской деятельности, Макроэкономика, Микроэкономика, Деньги, кредит, банки, Банковское дело.

Сама же дисциплина является основой для изучения таких дисциплин, как: «Основные участники финансового рынка», «Платежные системы», «Банковская безопасность», «Расчетно-кассовое обслуживание бизнес-клиентов банка в рублях и иностранной валюте» и др.

В рамках раздела «Теоретические основы маркетинга в банковском деле» учебной дисциплины студенты узнают концепции банковского маркетинга; а в рамках раздела «Исследования рынка банковских продуктов» – проводят комплексные исследования банковского рынка; а в рамках раздела «Управленческие функции банковского маркетинга»- студенты узнают организационную структуру банковского маркетинга.