



## **КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - БЛАГОЕВГРАД**

### **КАТЕДРА „БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ”**

УТВЪРЖДАВАМ,

РЕКТОР:

ПРОФ. Д-Р ВАСИЛ ЖЕНЕВ



## **УЧЕБНА ПРОГРАМА**

По дисциплината	БАНКОВ МАРКЕТИНГ
Включена като:	ИЗБИРАЕМА УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА
В учебния план на специалност	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ
Професионално направление:	АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
Образователно-квалификационна степен:	ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР
Срок на обучение	ШЕСТ СЕМЕСТЪРА
Форма на обучение	ЗАДОЧНА
Катедра, осигуряваща обучението	БИЗНЕС АДМИНИСТРАЦИЯ

**БЛАГОЕВГРАД  
2020**

## I. ИЗВАДКА ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Семестър	Кредити	Аудиторна заетост			Извънаудиторна заетост
		общо	лекции	семинари	
VI	2	15	15		75
Оценяване					Текущ контрол, курсова работа и писмен изпит

## II. АНОТАЦИЯ

Лекционният курс е предназначен за студентите от специалност „Бизнес администрация“. Дисциплината има за цел да разшири познанията и да придаде допълнителни умения в изграждането на бъдещите специалисти по мениджмънт. Банковият пазар е сектор с високи потенциални възможности за развитие. Това е предпоставка за прилагане на широк арсенал от маркетингови средства и методи за овладяване на неусвоени пазарни ниши. Придобитите знания от студентите ще им позволят успешно да провеждат маркетингови проучвания на банковия пазар, да разработват маркетингови банкови стратегии, да прилагат алтернативни маркетингови решения, да правят комплексни статистически анализи, правилно да тълкуват информацията при вземане на управленчески решения и др.

**Целта на учебната дисциплина** е в студентите да се формира ясна представа и убеждение, че маркетингът е силен инструмент за задоволяване на разнообразните потребности на обществото с висококачествени и конкурентоспособни банкови услуги при високо равнище на обслужване.

**Очаквани резултати:** Да се създават умения на практическо прилагане на маркетинговите стратегии, политики, методи и средства в банковата сфера.

### **УСТАНОВЯВАНЕ НА ВХОДНОТО РАВНИЩЕ**

Установяването на предварителните знания и умения на студентите по учебната дисциплина, тяхната методика при усвояване на материала, мотивите и интересът към дисциплината са предпоставка за постигане на заложените цели и задачи. За установяването на входното ниво на студентите се използват различни прийоми като: дискусии със студентите, решаване на практически казуси, тест-анкети или писмени разработки от студентите. Според получените резултати от тестването на студентите за определяне на входящото им ниво се адаптира съдържанието, обема на материала, както и използваните методи за преподаване.

## III. СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

### A. ЛЕКЦИИ

№	Тема	Лекции
1.	Същност и съдържание на банковия маркетинг. Банков маркетинг - същност, характеристика и специфични черти. Възникване и развитие на банковия маркетинг.	1
2.	Маркетинг обкръжаваща среда на банките. Маркетингов инструментариум- Маркетингова обкръжаваща среда. Елементи на вътрешната и на външната макро и микро обкръжаваща среда.	1
3.	Търсене и предлагане на банковия пазар. Същност на търсенето на банкови услуги. Потребности. Банково търсене и банково предлагане.	1
4.	Маркетингови проучвания на банковия пазар. Същност, роля и обхват на маркетингови проучвания в банковата сфера. Източници на информационно осигуряване. Методи за изследване. Маркетингова информационна система.	1
5.	Сегментиране на банковия пазар. Подходи за сегментиране на пазара. Основни сегментационни критерии. Избор на целеви пазар. Позициониране на банките и на банковите услуги на пазара.	1
6.	Продуктова политика на банките. Банкови продукти – характеристика и видове. Приемане на продуктите. Продуктова дифузия. Жизнен цикъл на банковите продукти.	1
7.	Ценова политика на банките. Цени на банковите услуги – същност и видове. Ценова и неценова конкуренция. Основни ценови стратегии на банките. Методи за формиране на банковите цени. Надбавки и отстъпки към цените на банковите продукти.	2
8.	Пласментна политика на банките. Маркетингови канали за реализация на банкови продукти. Посредници в маркетинговите канали за реализация.	2
9.	Рекламна политика на банките. Същност и видове на банковата реклама. Планиране на рекламни акции и кампании на банките.	4
10.	Пъблик рилейшънс в банковия сектор. Определение за пъблик рилейшънс. Функции и средства на пъблик рилейшънс използвани от банките.	1
	<b>ОБЩО ЛЕКЦИИ</b>	<b>15</b>

**Целта на разглежданите теми е** студентите да придобият знания и умения, относно маркетинговите мероприятия, като се формира ясна представа и убеждение в тях, че маркетингът е силен инструмент за постигане на фирмените цели; да усвоят терминологичния апарат и основните постановки, характеризиращи маркетинговата дисциплина, да изработят умения за провеждане на ситуационен анализ, с паралелно адаптиране на дейността на банките към условията, в които функционират, чрез влияние върху контролируемите фактори, влизащи в състава на вътрешната маркетингова среда.

**Очаквани резултати:** да се създадат умения за анализиране и прогнозиране на маркетинговата обкръжаваща среда и разкриване на формиращи се тенденции; да

демонстрират компетентност при създаване на маркетингови планове и програми, а също успешно да прилагат направлението на маркетинговата политика, чрез нейните поддирективи и успешно да формират продуктова, ценова и дистрибутивна политика

## **ЛИТЕРАТУРА**

### **Основна:**

1. Пехливанов В., Курс по банков маркетинг. С., 2010

### **Допълнителна:**

2. Котлер Ф., Основи на маркетинга, ч. I и II, С., 1993
3. Благоев В., Маркетинг, С., 1998
4. Маринова Е., Маркетинг, продукт, реклама, В., 1992
5. Кръстев Св., Маркетингови проучвания, С., 1992
6. МБИ маркетинг на финансовите услуги. С., 2000
7. Асенова М. и др. Банков маркетинг. В.Т. 2002

## **IV. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ДИСЦИПЛИНАТА “БАНКОВ МАРКЕТИНГ”**

### ***1) Методи на преподаване, информационно и ресурсно осигуряване на лекциите по учебната дисциплина***

Лекциите по дисциплината се провеждат по установения традиционен начин, като студентите се запознават последователно с преподавания материал. Всяка лекция започва с кратко въведение, като се осигурява необходимата преходност и обвързване с преподавания вече материал. В процеса на запознаване на студентите с новата тематика се осъществява беседа с тях, за да се постигне приемственост между отделните лекции и те сами да стигнат до заключения, които да въвеждат в новия материал.

Лекциите са богато илюстрирани с табличен и графически материал, представен посредством мултимедиен проектор.

### ***2) Методи на преподаване на преподаване, информационно и ресурсно осигуряване на семинарните занятия по учебната дисциплина***

Темите на семинарните занятия следват преподавания по време на лекциите учебен материал. Целта е студентите да придобият умения да прилагат усвоените знания. На студентите се обявяват предварително проблемите, по които трябва да се подготвят за семинарните упражнения. По време на упражненията се решават практически казуси и тестове, осъществяват се дискусии по проблемни области, като целта е студентите да бъдат провокирани към самостоятелна работа, логическо мислене, изказване на лични становища и преценки, правене на обобщения и извеждане на заключения по дискусийни въпроси. На студентите се поставя задание, върху което трябва да подготвят писмена разработка, която е обект на обсъждане в семинарните занятия.

Информационното и ресурсното осигуряване на семинарните занятия се свежда до използване на мултимедия за визуализация на конкретни процеси, модели, схеми, диаграми и таблици, които ще подлежат на обсъждане в семинарните занятия. В течение на семестъра в рамките на семинарните занятия се провеждат две контролни проверки под формата на тест.

### ***3) Форми за извънаудиторна заетост***

Предвид спецификата на учебния курс и за постигане на целите, задачите и очакваните резултати се предвиждат следните форми за самостоятелна работа: устна защита на всеки казус, реферат, който се разработва в екип от 2-3 студента; тестове за

проверка на знанията и уменията, придобити от лекционния курс. Тестовете се провеждат както на хартиен, така и на електронен носител.

## V. ОЦЕНЯВАНЕ НА СТУДЕНТИТЕ

### 1. Организация на оценяването

Оценяването на студентите за постигнатите резултати в процеса на обучение е съобразено с изискванията на наредба №21/30.09.2004 за прилагане на системата за натрупване на трансфер на кредити. Общият брой на кредитите е 4.

### 2. Оценяване на знанията на студентите

Дисциплината завършва с изпит в края на семестъра. В дисциплината се дава приоритет на практическата и самостоятелна работа на студентите, която се предвижда да бъде индивидуална и по работни групи. Оценяват се знания, умения и компетентност на студентите.

Предвижда се текущ контрол. Целта на текущият контрол е да се изгражда отговорност по отношение на задължението за предварителна подготовка, системност при усвояване на знанията, формиране на приложно мислене, умения за работа с информационни продукти и умение за работа в екип.

Критерии:

- Качество и пълнота на разработваните реферати;
- Умение за презентирание и защита на рефератите;
- Знания, умения и компетентност

Умение за работа в екип при изпълнение на самостоятелна извън аудиторна задача.

Система от критерии за оценка:

№ по ред	Оценявани дейности	Максимален брой точки
1.	Участие в дискусии, решаване на казуси	30
2.	Разработване на курсов проект	20
3.	Тестове за проверка на текущите знания	15
4.	Писмен изпит	35

Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при следните съответствия с точковата система:

При среден резултат от набрани точки по всички критерии по-малко от 50 точки	Слаб 2
При сумарен брой точки от 51÷60	Среден 3
При сумарен брой точки от 61÷74	Добър 4
При сумарен брой точки от 75÷90	Много добър 5
При сумарен брой точки от 91÷100	Отличен 6

Студентите се допускат до семестриален изпит при набрани минимум 50 точки от текущия контрол, в противен случай те представят допълнително самостоятелните си работи до набране на необходимия минимален брой. Крайната оценка се оформя, съгласно таблицата по-горе в деня на изпита.

Студентите получили най-малко 51 точки (51%) от контрола на знанията и уменията получават 2 кредита, съгласно системата за натрупване и трансфер на кредити. Всички контролни работи, тестове, реферати и материали от изпита се съхраняват в предвидения от правилника за образователната дейност срок от една година. Студентите се информират за организацията на провеждане на обучението, за особеностите на предвидения текущ контрол и за системата за оценка на знанията още на първата лекция.

**Автор на програмата:**   
**проф. д-р Райна Димитрова**

**Статут:** на втори трудов договор

**Година на въвеждане на програмата:** 2020

**Приети изменения на учебната програма на катедрен съвет на катедра «Бизнес администрация» - Протокол 3/04.03.2020 г.**

**Ръководител катедра «Бизнес администрация»:**   
**(проф. д-р Р. Димитрова)**