



СИЛАБУС

«УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ БАНКУ З КЛІЄНТАМИ»

Тип	Вибіркова	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	
Рік навчання	денна форма	заочна форма
	3	3
Семестр	денна форма	заочна форма
	5	5
Кількість кредитів	5	
Мова викладання	українська	

Викладачі	д.е.н., професор Завадська Д.В.
Контактна інформація	http://oneu.edu.ua/zavadska-diana-volodimirivna/

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Вивчимо	Програма навчальної дисципліни «Управління взаємовідносинами банку з клієнтами» передбачає формування у студентів системи теоретичних знань з клієнтоорієнтованого підходу до управління відносинами банку з клієнтами, методичних підходів і практичних навичок щодо впровадження клієнтоорієнтованих систем, організації продажу та лояльності клієнтів до банку. Теоретичний курс спрямовано на засвоєння студентами питань методології управління взаємовідносинами банку з клієнтами. Практичні заняття передбачають застосування теоретичних знань для розв'язання ситуаційних та розрахунково-аналітичних завдань із застосуванням сучасних інструментів і технологій пошуку, оброблення та аналізу інформації. Самостійна робота студентів дозволяє поглибити набуті знання шляхом вивчення додаткової літератури, самостійного опрацювання проблемних питань, розв'язання комплексних завдань з управління взаємовідносинами банку з клієнтами, підготовки контрольних та індивідуальних завдань.
Навчимися	ПРН 5. Володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у т.ч. бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування). ПРН 8. Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи,

	сучасні фінансові технології та програмні продукти. ПРН 9. Формувати і аналізувати фінансову звітність та правильно інтерпретувати отриману інформацію. ПРН 11. Володіти методичним інструментарієм здійснення контрольних функцій у сфері фінансів, банківської справи та страхування. ПРН 12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності. ПРН 16. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати. ПРН 18. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. ДПРН 2. Застосовувати відповідний інструментарій залучення, консультування та обслуговування клієнтів банків, розробки та впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг.		
Кількість годин за видами занять	Види занять	Денна форма	Заочна форма
	Лекції	26	4
	Практичні заняття	34	8
	Індивідуально-консультативна робота	10	10
	Самостійна робота	80	128
	УСЬОГО:	150	150
Методи викладання	Проблемні лекції, індивідуальні та групові завдання		
Пререквізити	Базові знання з навчальних дисциплін: «Маркетинг», «Банківська справа».		

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА	ЗМІСТ
Тема 1. Теоретичні аспекти клієнтоорієнтованого управління банком	Концепція маркетингу партнерських відносин як основа ведення бізнесу банку. Місце взаємовідносин в системі управління банком. Аспекти взаємовідносин банку з клієнтами. Клієнтські взаємовідносини та клієнтська база. Класифікація та рівні взаємовідносин. Залежність рівня взаємовідносин від прибутку та кількості клієнтів. Система управління взаємодією банку з клієнтами: мета, елементи, рівні та основні суб'єкти. Принципи формування взаємовідносин з клієнтами. Клієнтоорієнтованість банку, поняття, принципи, цілі, завдання та функції. Основні ознаки клієнтоорієнтованого банку, суб'єкти та об'єкти. Метрики клієнтоорієнтованості банку. Основні характеристики клієнта українських банків. Моделі управління банком. Клієнтоорієнтована модель управління банком.

Тема 2. Клієнтоорієнтована стратегія розвитку банку	Поняття, сутність та принципи розробки клієнтоорієнтованої стратегії розвитку банку. Критерії вибору балансу між задоволеністю клієнтів та прибутковістю банку. Рівні сервісу підприємницької структури банку. Компоненти взаємодії банку з клієнтами («5К»). Оцінка реалізації клієнтоорієнтованої стратегії розвитку банку: показники ефективності та результативності діяльності банку; показники аналізу клієнтської складової банку; показники ефективності маркетингової політики банку. Організаційна побудова системи управління клієнтською базою банку. Клієнтська політика банку, сутність, завдання та принципи формування. Фактори впливу на клієнтську політику банку. Складові елементи клієнтської політики банку.
Тема 3. Клієнтоорієнтовані технології в банківській сфері	Маркетингова інформаційна система банку, складові та функції. Роль інформації в управлінні маркетинговою діяльністю банку. Необхідність автоматизації взаємовідносин банку з клієнтами. Мета, роль, визначення, типи та функціональні можливості клієнтоорієнтованих систем. Стратегічна структура та зв'язки в клієнтоорієнтованій системі банку: бізнес-стратегія, аналіз галузевого та конкурентного середовища, загальна структура стратегій; клієнтська стратегія, сегментація ринку. Приведення бізнес-стратегії у відповідність до клієнтської стратегії банку: продуктоорієнтований продаж; сервіс та підтримка; клієнтоорієнтований маркетинг; індивідуалізоване управління взаємовідносинами з клієнтами. Створення цінності (для клієнта, банку). Інтеграція клієнтоорієнтованих систем з іншими корпоративними інформаційними системами банку. Модель успішного проведення стратегічних змін клієнтоорієнтованих систем в банку (CHARM). Ефекти від впровадження клієнтоорієнтованих систем в банку: ефективність, економічність, економія та ризики. Критерії вибору клієнтоорієнтованих систем для банку. Методологія оцінки ефективності клієнтоорієнтованої системи.
Тема 4. Продажі. Технології встановлення та розвитку взаємовідносин банку з клієнтами	Сутність процесу продажів. Особливості організації процесу продажу у банківській сфері. Система продажу банківських продуктів та послуг. Чинники впливу на продажі банківських продуктів та послуг. Сучасні формати банківських продуктів та послуг (пасивні, активні, комбіновані). Канали продажу банківських продуктів та послуг (традиційні та інноваційні). Проактивний продаж. Елементи моделі проактивного продажу: залучення, продаж, процес розвитку відносин з клієнтами. Воронка продажів. Основні методи продажу банківських продуктів. Класифікація банківських продуктів за схемою ОПЦ (Особливості-Переваги-Цінності). Комплексе обслуговування клієнтів банку. Крос-продажі банківських продуктів та послуг. Матриця крос-продажів банківських продуктів та послуг.

Тема 5. Ціннісне сприйняття в системі клієнтоорієнтованих технологій банку	Сутність обслуговування. Критерії якості обслуговування в банку. Основні компоненти обслуговування клієнтів банку: якість обслуговування, якість бізнес-процесів, якість продуктів, система менеджменту якості. Проблеми управління та контроль якості обслуговування в банках. Континуум сприйняття якості продуктів банку. Методичні підходи до оцінювання якості банківських продуктів. Розвиток підходу до оцінювання якості банківських послуг SERVQUAL. Сутність і типи лояльності. Ланцюжок лояльності банку. Чинники впливу на лояльність клієнтів банку. Рівні лояльності персоналу банку. Типи сервісних зусиль формування клієнтських переваг. Методи визначення рівня задоволеності та лояльності клієнтів до банку.
---	---

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

1. Завадська Д. В. Формування взаємовідносин між банком та клієнтами. Маркетинг у банку: теорія та методологія: монографія / за заг. ред. Д. В. Завадської. Одеса: Видавництво «Атлант», 2010. 717 с. (44,8 д.а. / 9,75 д.а.) 2. Zavadzka D. Client-Oriented Approach: Forming the System of Management of the Bank Relations with Clients / D. Zavadzka // The Problems of Economy. – 2015. – № 3. – P. 181-187. – Режим доступу: http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4804 3. Завадська Д. В. Якість як основна складова конкурентоспроможності сучасного банку / Д. В. Завадська // Молодий вчений. – 2014. – №8. – С. 100-105. – Режим доступу: http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3118 4. Завадська Д. В. Перспективи використання стратегії CRM (Customer Relationship Management) на ринку банківських послуг / Д. В. Завадська, О. В. Яценко // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія історія. – 2013. – №27 (206). – С. 219–228. – Режим доступу: http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1329 5. Завадська Д. В. Створення лояльності як умови успішного розвитку сучасного українського банку / Д.В. Завадська // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – 2008. – Вип. 243. – Т II. – С. 290-301.	
--	--

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика	Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно з розкладом. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях та в інтернеті. У разі пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів, не зараховуються.
Політика щодо академічної доброчесності	Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату й допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше ніж 20 %. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів		
Види робіт	Бали	
	денна	заочна
Обов'язкові		
Активність на заняттях	10	5
Підготовка та виконання контрольної роботи № 1 за темами 1-2 дисципліни	10	
Підготовка та виконання контрольної роботи № 2 за темами 3-5 дисципліни	10	
Виконання індивідуального завдання за темами 1-5 відповідно до методичних вказівок до: самостійної роботи з дисципліни «Управління взаємовідносинами банку з клієнтами» для студентів III року навчання II (бакалаврського) рівня денної форми навчання спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»	20	
самостійної роботи з дисципліни «Управління взаємовідносинами банку з клієнтами» для студентів III року навчання II (бакалаврського) рівня заочної форми навчання спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»		20
Вибіркові		
Аналітичний розгляд наукової публікації з актуальних проблем управління взаємовідносинами банку з клієнтами	10	5
Есе на дискусійну тему з дисципліни		
Підготовка презентації за заданою тематикою дисципліни		
Розв'язання ситуатійного завдання (кейсу)		
Методичне опрацювання теми дисципліни		
Результати навчання в неформальній освіті		
Написання та результативне подання тез доповіді на студентську (кафедральну / факультетську) або зовнішню (в Україні / за кордоном) науково-практичну конференцію за темами дисципліни		
Усього балів у семестрі	60	30
Підсумковий контроль – іспит	40	70
Усього	100	100