



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету
_____ доц. А.В. Сташишин
(підпис)

«31» січня 2023 р.

ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань: 07 Управління та адміністрування
(шифр та найменування галузі знань)

спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
(код та найменування спеціальності)

освітня програма: «Фінанси, митна та податкова справа»

освітній ступінь: бакалавр

Програма з навчальної дисципліни «Фінансовий маркетинг» для студентів за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» освітнього ступеня бакалавр

“31” січня 2023 року – 13 с.

Розробник:

Завальницька Н.Б. – доцент кафедри фінансового менеджменту,
к.е.н., доцент

Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри фінансового менеджменту ЛНУ ім. І.Франка

Протокол № 6/1 від «24» січня 2023 р.

Завідувач кафедрою фінансового менеджменту, проф.

_____ Ситник Н.С.

«24» січня 2023 року

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу

Протокол № 7 від «31» січня 2023 р.

ЗМІНИ

до робочої програми навчальної дисципліни

Навчальний рік	Дата засідання кафедри (перезатвердження робочої програми)	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

©Завальницька Н.Б., 2023 рік

©ЛНУ ім. І.Франка, 2023 рік

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Предмет навчальної дисципліни

Предметом дисципліни “Фінансовий маркетинг” є сукупність форм та методів маркетингового управління фінансовим ринком, а також вивчення й задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб’єктів ринку.

Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни “Фінансовий маркетинг” - формування системи знань у сфері маркетингового забезпечення розвитку ринку фінансових послуг з метою забезпечення сприятливих умов розвитку фінансових установ та організацій та належного і повного задоволення запитів споживачів у фінансових продуктах та послугах.

Основні завдання

Завдання дисципліни “Фінансовий маркетинг” полягають в розкритті та засвоєнні знань стосовно сутності та особливостей застосування фінансового маркетингу; вмінні застосувати на практиці основні функції фінансового маркетингу; розумінні ролі та місця маркетингових заходів у сучасному фінансовому бізнес-середовищі та у ринковій економіці загалом; розкритті теоретичних та практичних основних складових комплексу фінансового маркетингу; формуванні у студентів теоретичної та методологічної бази, необхідної для наступного оволодіння практикою використання інструментів фінансового маркетингу.

1.1. Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Основи економічної науки	Бюджетна система
Макроекономіка	Місцеві фінанси
Фінанси, гроші і кредит	Аналіз банківської діяльності
Мікроекономіка	Ринок фінансових послуг
Економіка підприємства	Страховий менеджмент
Фінансовий менеджмент	Банківський менеджмент

1.2. Компетентності та результати навчання за дисципліною

❖ інтегральні, загальні, спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

1) інтегральна: здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в ході професійної діяльності у галузі фінансів, банківської справи та страхування або у процесі навчання, що передбачає застосування окремих методів і положень фінансової науки та характеризується невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної та навчальної діяльності;

2) загальні:

- **ЗК02.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- **ЗК05.** Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- **ЗК08.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- **ЗК11.** Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- **ЗК12.** Здатність працювати автономно;
- **ЗК14.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

3) фахові компетентності спеціальності:

- **СК03.** Здатність до діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у тому числі бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування);
- **СК04.** Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення фінансових задач;
- **СК08.** Здатність виконувати контрольні функції у сфері фінансів, банківської справи та страхування;
- **СК10.** Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення;

❖ результати навчання:

- **ПР01.** Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях фінансової системи;
- **ПР02.** Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем;
- **ПР04.** Знати механізм функціонування державних фінансів, у т.ч. бюджетної, податкової та митної систем, фінансів суб'єктів господарювання, фінансів домогосподарств, фінансових ринків, банківської системи та страхування;
- **ПР05.** Володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у т.ч. бюджетна, податкова системи, митна система, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування);
- **ПР07.** Розуміти принципи, методи та інструменти державного та ринкового регулювання діяльності в сфері фінансів, банківської справи та страхування;
- **ПР08.** Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи, сучасні фінансові технології та програмні продукти;
- **ПР09.** Формувати і аналізувати фінансову звітність та правильно інтерпретувати отриману інформацію;
- **ПР10.** Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання економічних даних, збирати та аналізувати необхідну фінансову інформацію, розраховувати показники, що характеризують стан фінансових систем;
- **ПР12.** Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності;
- **ПР13.** Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження фінансових процесів;
- **ПР14.** Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів;
- **ПР16.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

- **ПР17.** Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку;
- **ПР18.** Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні;
- **ПР19.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань;
- **ПР20.** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані фінансові рішення;
- **ПР21.** Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави;
- **ПР22.** Знати свої права і обов'язки як члена суспільства, розуміти цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Вимоги до знань і умінь

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

Знати	Уміти
–основні поняття, категорії та інструменти маркетингової політики суб'єкта фінансового ринку;	–аналізувати зовнішнє і внутрішнє маркетингове середовище фінансового підприємства, виявляти його ключові елементи та оцінювати їх вплив;
–основні технології фінансового маркетингу (розробка концепції товару (послуги) та визначення його місця в продуктовому портфелі фінансового підприємства та ін.);	–здійснювати аналіз і розробку маркетингової стратегії фінансового підприємства на основі сучасних прогресивних наукових досягнень;
–застосування сучасних інструментів фінансового маркетингу для вирішення практичних завдань;	–управляти маркетинговими напрямками розвитку фінансового підприємства;
–теоретичні та практичні підходи до визначення механізмів забезпечення конкурентної переваги фінансового підприємства.	–використовувати ефективний міжнародний досвід і практику організації маркетингової діяльності на фінансовому ринку.

Розділ 2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність маркетингу та його базові характеристики.

Тема 2. Ринок і його структура. Комплексне дослідження ринку.

Тема 3. Товар в маркетинговій діяльності. Життєвий цикл товару.

Тема 4. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності.

Тема 5. Маркетинг фінансових послуг. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку.

Тема 6. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері.

Тема 7. Ринок банківських послуг: сегментація, дослідження та аналіз.

Тема 8. Конкурентне середовище та маркетингова стратегія банку.

Тема 9.Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку.

Тема 10.Комунікації та продаж банківських продуктів.

Тема 11.Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу.

Тема 12.Страховий маркетинг та особливості його реалізації.

Тема 13.Інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств та ринку інвестицій.

Розділ 3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Сутність маркетингу та його базові характеристики

Маркетинг, маркетингова діяльність. Збутовий і маркетинговий підходи до організації підприємництва. Причини розвитку маркетингу.

Історія та концепції розвитку маркетингу.

Принципи, цілі, методи маркетингу. Загальні та спеціальні функції маркетингу. Маркетинг-мікс.

Види маркетингу. Внутрішні і зовнішні фактори маркетингу.

ТЕМА 2. Ринок і його структура. Комплексне дослідження ринку

Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Структура ринку.

Попит і пропозиція: суть, значення, особливості формування. Нужда, потреба, попит. Особливості та види попиту.

Концепції визначення попиту. Попит на товари підприємства. Загальна ємкість ринку. Прогноз умов розвитку ринку.

Методи прогнозування збуту товарів: судження менеджера; опитування добре обізнаних з проблемою груп; метод напрямленої екстраполяції; метод стандартного розподілу ймовірностей; прогнозування на базі минулих періодів; метод стандартного розподілу ймовірностей; кореляційний аналіз; прогнозування на основі визначення частки ринку; аналіз кінцевого використання; пробний маркетинг.

Поняття комплексного дослідження ринку. Напрямки комплексного дослідження ринку. Економічна кон'юнктура.

Сегментування ринку. Переваги ринкового сегментування. Принципи та ознаки сегментації ринку. Привабливий сегмент. Стратегії охоплення ринку. Позиціонування товару на ринку.

ТЕМА 3. Товар в маркетинговій діяльності. Життєвий цикл товару

Товар, товарна одиниця, рівні товарів, класифікація товарів. Споживчі властивості товару (відмітні властивості, стиль, товарні марки, упаковки, сервіс. Складові товарної марки, принципи вибору елементів. Види, функції та проблеми використання упаковки, тести під час створення упаковки. Сервісне обслуговування: суть, види, можливості.

Товарна номенклатура та асортимент товару. Показники товарної номенклатури: ширина; глибини; насиченість; гармонійність.

Поняття життєвого циклу товару. Основні етапи життєвого циклу товару та їх характеристики. Основні види життєвих циклів товару. Модифікація ринку, товару, комплексу маркетингу.

ТЕМА 4. Комплекс маркетингових комунікацій: суть, складові, оцінка ефективності

Суть комплексу маркетингових комунікацій. Етапи процесу КМК. Особливості засобів впливу КМК. Методи розрахунку бюджету на КМК.

Стимулювання збуту: суть; напрямки; переваги і недоліки засобів стимулювання; оцінка результатів.

Пропаганда: суть; види; оцінка результатів. Корпоративна ідентичність.

Персональний продаж: суть; типи; етапи процесу; особливості; переваги і недоліки; оцінка результатів.

Реклама: суть; конструктивні риси; цілі і завдання; план рекламної кампанії; види реклами; оцінка ефективності реклами. Міжнародний кодекс рекламної практики.

ТЕМА 5. Маркетинг фінансових послуг. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку

Поняття і сутність фінансового маркетингу. Процес фінансового маркетингу. Фінансовий ринок і маркетингове середовище. Фінансова система.

Види попиту на фінансові послуги. Маркетингові дослідження на фінансовому ринку.

Стратегія і планування фінансового маркетингу. Товарна політика у сфері фінансів. Цінова політика на фінансовому ринку. Система комунікації на фінансовому ринку.

ТЕМА 6. Маркетинг і його специфіка в банківській сфері

Історичні передумови маркетингу у банках, його понятійний апарат. Банківський маркетинг: особливості, сучасні тенденції. Рівень прийняття рішень про організацію і обслуговування ринку.

Структура і наукові основи банківського маркетингу. Системний, комплексний, оптимізаційний і прагматичний (прикладний) підходи до організації фінансового маркетингу.

Специфіка формування та функціонування капіталу у банківському маркетингу. Реальність капіталу. Види доходів і джерел формування реального капіталу. Залежність розміру споживання і накопичення від рівня доходу.

ТЕМА 7. Ринок банківських послуг: сегментація, дослідження та аналіз

Аналіз і сегментація ринку банківських продуктів. Вплив ринкових тенденцій і макроекономічних факторів на вартість банківського капіталу. Місце і взаємозв'язок емісійних систем в економіці.

Підходи до аналізу ринку банківських послуг та методи оцінки кон'юнктури банківського ринку. Види та місткість ринку банківських послуг. Сегментація ринку банківських послуг: поняття, види, необхідність. Географічний, психологічний і демографічний підходи до сегментації ринку банківських послуг. Сутність маркетингових досліджень ринку банківських послуг. Джерела маркетингової інформації. Види маркетингових досліджень ринку банківських послуг. Етапи проведення маркетингового дослідження ринку банківських послуг.

ТЕМА 8. Конкурентне середовище та маркетингова стратегія банку

Конкурентні відносини в економічних системах. Аналіз банківського ринку та визначення конкурентної позиції банку. Сутність і види конкуренції на банківському ринку. Специфічні особливості конкуренції в банківській сфері. Аналіз конкурентоспроможності, її конкурентних переваг; оцінка конкурентної спроможності банку. Фактори конкурентоспроможності банку.

Прямі і непрямі конкуренти банку та їх виявлення. Інструменти аналізу конкурентів банку. Конкуренти банку серед небанківських установ і їх особливості.

Сутність стратегічного маркетингу, його філософія та призначення. Функції, цілі, завдання та процес стратегічного маркетингу. Мета стратегічного маркетингового управління в банку. Стратегічне планування маркетингу. Поняття маркетингової стратегії банку.

ТЕМА 9. Продуктова політика та ціноутворення на продукти та послуги банку

Поняття банківського продукту, банківської послуги та банківської операції. Показники товарної номенклатури та товарного асортименту банку. Конкурентоспроможність банківського продукту. Ринок банківських послуг: поняття та структура. Зміст та етапи формування продуктової політики банку. Життєвий цикл банківського продукту. Етапи розробки та впровадження нового банківського продукту.

Сутність поняття “ціна банківського продукту”. Цінова політика банку. Фактори банківського ціноутворення. Етапи формування цін на банківські продукти. Витратний підхід до ціноутворення. Ціннісний підхід до ціноутворення. Ринковий підхід до ціноутворення. Маржинальний аналіз. Модель ціноутворення на депозити з метою захоплення ринку. Схема умовного ціноутворення на банківські послуги. Престижно-цільове ціноутворення. Модель цінового лідерства. Модель плаваючої базової ставки. Собівартість банківських послуг. Функціонально-вартісний аналіз.

ТЕМА 10. Комунікації та продаж банківських продуктів

Сутність та інструменти комунікаційної політики банку. Сутність комунікаційного процесу в банку та характеристика його складових. Принципи організації ефективних комунікацій у банках. Стимулювання збуту банківських продуктів, його форми та інструменти. Формування та управління клієнтською базою банку. Аналіз клієнтської бази банку. Способи удосконалення комунікаційних процесів у банках. Концепція маркетингу відносин у банках. Переваги впровадження маркетингу відносин для банку та клієнтів. Поняття клієнтоорієнтованого банку та принципи його діяльності. Використання банками інноваційних комунікаційних технологій для оптимізації роботи з клієнтами.

Збутова політика банку. Формування мережі банківських установ, її склад та умови ефективного функціонування. Фактори розміщення та умови формування збутової мережі. Лінії збутової мережі банків. Прямі та непрямі канали збуту банківських продуктів (послуг). Багатоканальна стратегія банку. Види банківських відокремлених підрозділів, умови, переваги та недоліки їх розташування. Цінність зони розміщення банківського відділення та її визначення. Дистанційне банківське обслуговування та види його здійснення.

ТЕМА 11. Організаційні аспекти та контроль в банківському маркетингу

Завдання організації маркетингової служби в банку. Принципи побудови та функції маркетингових служб банку. Функціональні обов'язки керівника і

співробітників відділу маркетингу банку. Функціональна організаційна структура маркетингової служби банку. Дивізіональна організаційна структура маркетингової служби банку. Проектна організаційна структура маркетингової служби банку. Матрична організаційна структура маркетингової служби банку. Підходи до реорганізації маркетингової служби банку. Особливості банківських інновацій. Класифікація банківських інновацій. Оцінка ефективності маркетингу інновацій.

Сутність контролю в банківському маркетингу, мета та зміст маркетингового контролю. Роль контролю в управлінні банківським маркетингом. Основні етапи маркетингового контролю в банку. Аудит банківського маркетингу. Параметри аудиту банківського маркетингу.

ТЕМА 12. Страховий маркетинг та особливості його реалізації

Сутність страхового маркетингу. Товарна політика у страхуванні. Маркетингові стратегії на різних стадіях життєвого циклу страхового продукту. Цінова політика в страховому маркетингу. Просування страхових продуктів і позиціонування страхової компанії на ринку. Система розподілу страхових продуктів. Система просування страхових продуктів.

ТЕМА 13. Інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств та ринку інвестицій

Важливість інвестиційного маркетингу в сучасній ринковій діяльності, інноваційність інвестиційної послуги, її ефективність в забезпеченні споживчого ефекту від економічних процесів.

Основні елементи інвестиційної стратегії. Принципи та порядок розробки інвестиційної стратегії. Оцінка ефективності інвестиційної стратегії.

Товарно-інвестиційна політика підприємства. Цінова політика інвестування. Система розподілу і просування інвестиційних проектів на ринок.

Розділ 4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

4.1. Основна

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7.12.2000 № 2121-III.
2. Закон України «Про Національний банк України» від 7.12.2000 № 2121-III.
3. Гончарова І.І. Формування комплексу маркетингових комунікацій банківських установ: Рукопис дис... канд. екон. наук. - Л., 2004.
4. Грудзевич У.Я. Особливості розміщення та діяльності банків у регіонах України // Регіональна економіка. - 2003. - № 3. - С. 127-133.
5. Грудзевич Я., Шатковська І. Проблеми розвитку банківської системи регіону (на прикладі Львівщини) // Регіональна економіка. - - № 4. - С. 111-115.
6. Дубовик О. В. Формування конкурентоспроможності банку : монографія / О. В. Дубовик, А. Я. Кузнєцова, Т. Д. Гірченко. - Львів : ЛБІ НБУ, 2005. - 215 с.
7. Жегус О.В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна. – Х. : ФОП Іванченко І.С., 2016. – 237 с.
8. Жуков С. А. Маркетинг у банку : навчальний посібник / С. А. Жуков. - К. : Кондор, 2008. - 182 с.

9. Завадська Д. В. Маркетинг у банку : теорія та методологія / [Д. В. Завадська, Л. В. Жердецька, Л. В. Кузнецова]. - Одеса : Атлант, 2010. - 717 с.
10. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживача. Навчальний посібник. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с.
11. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку : навчальний посібник / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. - Суми : Університетська книга, 2003. - 734 с.
12. Кузнецова Л. В. Ціноутворення в банківській справі : підручник / Л. В. Кузнецова, Л. В. Жердецька. - Одеса : Атлант, 2008. - 320 с.
13. Лютий І. О. Банківський маркетинг : підручник / І. О. Лютий, О. О. Солодка. - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 776 с.
14. Маслак Н. Г. Ціноутворення на банківські продукти : монографія / Н. Г. Маслак, О. А. Криклій. - Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2010. - 121 с.
15. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.
16. Маркетинг у банку: навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін. ; Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. - Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. - 353 с.
17. Маркетинг у банках: Навчальний посібник / Під ред. проф. Брітченко І.Г. - Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. - 345 с.
18. Маркетинг у банку : навч. посіб. / О. В. Дубовик, С. М. Бойко, М. А. Вознюк та ін. - 2-ге вид. - К. : Алерта, 2007. - 275 с.
19. Мойсеєнко І. П. Ринок фінансових послуг: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 360 с.
20. Новикова І.В. Банківський маркетинг і його роль у розвитку ринкової економіки. - К.: Видавництво УАЗТ, 1999. - 63 с.
21. Новикова І.В. Маркетинг як засіб розвитку банківської системи в Україні: Рукопис дис... канд. екон. наук. - К., 1999.
22. Пащук О. В. Маркетинг послуг: Стратегічний підхід : навчальний посібник / О. В. Пащук. - К. : ВД “Професіонал”, 2005. - 560 с.
23. Петруня Ю.Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня. – 3-є вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.
24. Полторац В.А. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / В.А. Полторац, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – 3-є вид., перероб. та доповн. – Київ : «Центр учб. л-ри», 2014. – 342 с.
25. Ринок фінансових послуг: Навч.посіб./Л. О. Омелянович, О. В. Ластовенко, О. В. Гладкова, М. Ю. Омелянович, М. В. Пирогова/ Мін-во освіти і науки України, Донец. Нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського, каф. фінансів.-Донецьк: [ДонНУЕТ], 2011 -252 с.
26. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг : монографія / Л. Ф. Романенко. - К. : Ін Юра, 2008. - 484 с.
27. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: теорія, методологія, організація: Рукопис дис... д-ра екон. наук. - К., 2002. - 100 с.

28. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: Підручник / Л. В. Ткаченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 192 с.
29. Ткачук В. О. Маркетинг у банку : навч. посіб. / В. О. Ткачук. - Тернопіль : Синтез - Поліграф, 2006. - 225 с.
30. Ткачук С. В. Маркетинг послуг [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної та заочної форм навч. / С. В. Ткачук. – К.: НУХТ, 2015. – 119 с.
31. Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко та ін. - Харків : ІНЖЕК, 2010. - 320 с.
32. Фінанси, банківська справа та страхування. Корпоративні фінанси та фінансове посередництво [Текст] : підручник / [авт. кол.: П. О. Нікіфоров, Є. В. Ткач, Н. А. Бак та ін.] ; за ред. П. О. Нікіфорова, Н. А. Бак. – Чернівці : ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2019. – 296 с.
33. Фінансовий ринок: підручник. 3-тє вид., стер. Затверджено МОН / Шелудько В.М. К., 2015. - 535 с.
34. Фондовий ринок : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. К.: Знання, 2016. - 686 с.
35. Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження інновацій : навч. посіб. / Яшкіна О.І. – О. : ОНПУ, 2018. – 102 с.
36. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / О. В. Козьменко, С. М. Козьменко, Т. А. Васильєва, Д. Р. Абрамітова, К. В. Багмет. Суми : Унів. кн., 2014.- 431 с.

4.2. Додаткова

37. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеенко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. А. М. Герасимовича. — К.:КНЕУ, 2005.
38. Белявцев М.І., Петренко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. - К.: Центр навч. літ., 2005. - 332 с.
39. Васильченко З. М. Комерційні банки: реструктуризація та реорганізація : монографія / З. М. Васильченко. - К. : Кондор, 2004. - 528 с.
40. Гладких Д. Особливості оцінки діяльності банківських відділень // Вісник Національного банку України. - 2000. - № 10.
41. Грудзевич Я., Шатковська І. Проблеми розвитку банківської системи регіону (на прикладі Львівщини) // Регіональна економіка. - - № 4. - С. 111-115.
42. Жук П.В. Планування діяльності підрозділів банку з урахуванням особливостей території їх розташування // Регіональна економіка. - 2003. - № 3. - С. 120-126.
43. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. - Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. - 508 с.
44. Макаренко І. М. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках / М. І. Макаренко, Т. Г. Савченко. - Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2008. - 238 с.

45. Птащенко О. В., Кошарна В. В. Сутність фінансової інклюзії при клієнтоорієнтованому підході на ринку банківських послуг // Бізнес Інформ, 2019.- №7.- С. 299–304.
46. Сабірова А.Е. Маркетингові дослідження як елемент маркетингової стратегії страхової компанії / А.Е. Сабірова // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 8. – С. 97–101.
47. Сич Є.М. Ринок фінансових послуг: навчальний посібник / Є. М. Сич, В. П. Ільчук, Н. І. Гавриленко. – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 428 с.
48. Стегура Е.С. Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі / Е.С. Стегура, М.Г. Рега // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С. 107–109.
49. Унінець-Ходаківська В. П., Костюкевич О. І., Лятамбор О. А. Ринок фінансових послуг: теорія і практика. Вид 2-ге, дор. і перероб: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392с.
50. Шевченко Л. В. Роль маркетингових досліджень в системі прийняття управлінських рішень / Л.В. Шевченко ; наук. кер. М.І. Скрипник // Тези доповідей VI Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління», 5 квітня 2019 р., м. Київ. – Київ : КНУТД, 2019. – С. 78–79.
51. Шершньова З. Е. Стратегічне управління : підручник / З. Е. Шершньова. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 2004. - 699 с.

4.3. Періодичні видання:

1. Актуальні проблеми економіки.
2. Бізнес.
3. Економіка України.
4. Економіка, фінанси, право.
5. Економіст.
6. Регіональна економіка.
7. Сталий розвиток економіки.
8. Фінанси України.

4.4. Internet сайти:

1. Офіційний сайт Президента України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/>.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>.
3. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського . [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень [Електронний ресурс]: Режим доступу: www.ibser.org.ua
6. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/>.

7. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws> - Головна сторінка сайту «Законодавство України».
8. <http://sips.gov.ua/> - Офіційний веб-портал Державної служби інтелектуальної власності.
9. <http://www.epravda.com.ua>.
10. <http://www.prostobank.ua>.
11. <http://www.kommersant.ru>.
12. <http://www.banki.ru>.
13. <http://www.smoney.ru>.
14. <http://www.bank.gov.ua>