

Вінницький національний технічний університет  
факультет менеджменту та інформаційної безпеки  
Кафедра фінансів та інноваційного менеджменту

## **БАНКІВСЬКИЙ МАРКЕТИНГ**

Вибірковий освітній компонент

рівень вищої освіти – **перший** (бакалаврський)

Спеціальність – **073 Менеджмент**

Освітня програма **Менеджмент фінансово-кредитної діяльності**

Викладач: **доц. Коваль Н.О.**

Мова викладання: **українська**

Семестр – **7**

Кредитів ЄКТС – **6**

Лекцій – **45 год.** (денна форма)/**10 год.** (заочна форма)

Практичних – **27 год.** (денна форма)/**8 год.** (заочна форма)

Самостійна робота – **108 год.** (денна форма)/**162 год.** (заочна форма)

Вид контролю – **диф. залік**

**Мета** вивчення навчальної дисципліни «Банківський маркетинг» - розширення знань у здобувачів щодо останніх тенденцій та інновацій у банківському маркетингу, навчитися швидко адаптуватися до змінних умов ринку та реагувати на нові виклики швидкоплинного фінансового середовища.

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач в результаті вивчення дисципліни:**

**ЗК04.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК05.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК09.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

**СК12.** Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

**Програмні результати навчання:**

**РН03.** Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

**РН16.** Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

**Тематика**

**Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингової політики**

**Тема 1. Маркетинг та його специфіка в банківській сфері**

Поняття маркетингу. Банківський продукт: поняття, особливості. Особливості маркетингу в банківській сфері. Інструменти банківського маркетингу. Необхідність і перспективи застосування маркетингу комерційними банками України.

### **Тема 2. Банківський ринок**

Поняття ринку банківських послуг та його сегментація. Джерела й аналіз дослідження ринку банківських послуг. Конкурентна позиція комерційного банку та її визначення.

### **Тема 3. Конкурентне середовище**

Дослідження банківського ринку на основі статистичних даних, даних підприємств та приватних осіб, засобів масової інформації, ділових звітів конкурентів, їх рекламних матеріалів.

### **Тема 4. Теорії, методи та сучасні концепції лідерства**

Трансформаційне лідерство. Ситуаційне лідерство. Етичне лідерство. Методи лідерства: мотивація, комунікація, навчання, розвиток. Функції лідерства: планування, організація, координація, контроль.

### **Тема 5. Прогнозування банківського ринку**

Формулювання довгострокової (стратегічної) мети комерційного банку та визначення шляхів її досягнення. Прогнозування банківського ринку. Оцінка готовності споживачів користуватися послугами саме цього банку.

### **Змістовий модуль 2. Ціноутворення в комерційних банках**

#### **Тема 6. Продуктова політика комерційного банку.**

Планування банківських послуг. Обсягова політика комерційного банку, її мета. Асортиментна політика комерційного банку, її мета. Цінова політика комерційного банку, її мета.

#### **Тема 7. Ціноутворення на банківські продукти**

Фондова біржа і фондовий ринок. Цінні папери як біржовий товар. Учасники фондового ринку, фінансові посередники.

#### **Тема 8. Продаж банківських продуктів**

Стратегія в галузі розподілу для комерційних банків. Основні види систем доставки для комерційних банків. Характеристика процесу прийняття рішення щодо розміщення точок збуту.

#### **Тема 9. Комунікаційна політика банку**

Поняття комунікаційної політики комерційного банку. Поняття комунікаційної політики комерційного банку та її інструменти. Банківський імідж, стратегія його формування. Особистий продаж банківських послуг. Реклама банківських послуг.

#### **Тема 10. Контроль у банківському маркетингу**

Сутність та об'єкти контролю маркетингу у банку. Предмет та значення контролю маркетингу. Етапи процесу контролю маркетингу. Особливості механізму контролю маркетингу у банку та його етапи. Види маркетингового контролю. Контроль за здійсненням планів. Контроль за рентабельністю. Маркетинг-аудит.

## Теми лекційних занять

| № з/п | Назва теми   | Кількість годин (д.ф.) | Кількість годин (з.ф.) |
|-------|--|------------------------|------------------------|
|       | <b>Змістовний модуль 1. Теоретичні засади маркетингової політики</b> |                        |                        |
| 1     | 1.Маркетинг та його специфіка в банківській сфері                    | 4                      | 1                      |
| 2     | 2. Банківський ринок   | 4                      | 1                      |
| 3     | 3. Конкурентне середовище  | 5                      | 1                      |
| 4     | 4. Теорії, методи та сучасні концепції лідерства                     | 5                      | 1                      |
| 5     | 5. Прогнозування банківського ринку                                  | 5                      | 1                      |
|       | <b>Змістовний модуль 2. Ціноутворення в комерційних банках</b>       |                        |                        |
| 6     | 6. Продуктова політика банку   | 4                      | 1                      |
| 7     | 7. Ціноутворення на банківські продукти                              | 4                      | 1                      |
| 8     | 8. Продаж банківських продуктів                                      | 4                      | 1                      |
| 9     | 9. Комунікаційна політика банку                                      | 5                      | 1                      |
| 10    | 10. Контроль у банківському маркетингу                               | 5                      | 1                      |
|       | Всього годин   | 45                     | 10                     |

## Теми семінарських занять – не передбачені Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми   | Кількість годин (д.ф.) | Кількість годин (з.ф.) |
|-------|--|------------------------|------------------------|
| 1     | Організаційно-економічні основи маркетингової діяльності   | 3                      | 1                      |
| 2     | Законодавчо-правове регулювання маркетингової діяльності   | 3                      | 1                      |
| 3     | Банківський товар. Продуктова стратегія                    | 3                      | 1                      |
| 4     | Збутові канали банківських продуктів                       | 3                      | 1                      |
| 5     | Організація і технологія торгівлі банківськими продуктами  | 2                      | 1                      |
| 6     | Попит та пропозиція на банківські продукти                 | 3                      | 1                      |
| 7     | Збутова політика банку. Види споживачів банківських послуг | 2                      | 0,5                    |
| 8     | Комунікаційна політика банку                               | 3                      | 0,5                    |
| 9     | Структури банківського маркетингу та їх види               | 3                      | 0,5                    |
| 10    | Фундаментальний аналіз цін на банківські продукти          | 2                      | 0,5                    |
|       | Всього годин   | 27                     | 8                      |

## Самостійна робота

| № з/п | Вид самостійної роботи                                   | Кількість годин (д.ф.) | Кількість годин (з.ф.) |
|-------|--|------------------------|------------------------|
| 1     | Самостійне опрацювання тем теоретичного матеріалу:       |                        |                        |
| 1.1   | <i>Планування та управління маркетинговою стратегією</i> | 18                     | 33                     |
| 1.2   | <i>Методи ціноутворення в банку</i>                      | 18                     | 33                     |
| 1.3   | <i>Реклама банківських продуктів</i>                     | 18                     | 33                     |
| 1.4   | <i>Світова концепція банківського маркетингу</i>         | 17                     | 34                     |
| 2     | Опрацювання лекційного матеріалу                         | 11                     | 3                      |
| 3     | Підготовка до практичних занять                          | 10                     | 10                     |
| 4     | Підготовка до модульного контролю (два колоквиуми)       | 10                     | 10                     |
| 6     | Підготовка до складання диф. заліку                      | 6                      | 6                      |
|       | Всього за семестр  | 108                    | 162                    |

## Методи навчання

При вивченні дисципліни використовуються:

1. Дидактичні методи – лекції з використанням мультимедійних презентацій.
2. Практичні методи: практичні завдання.
3. Метод самостійного навчання.
4. Активні методи: експрес опитування, тестування.
5. Словесні методи навчання: лекції, консультації.

## Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять визначаються кафедрою.

Підсумковий контроль включає в себе здавання колоквіумів за модуль.

Під час семестрового контролю враховуються результати задачі усіх видів навчальної роботи згідно із структурою залікових кредитів.

Семестровий контроль знань здійснюється в кінці семестру шляхом підрахування загальної кількості балів, отриманих під час навчання та здавання заліку у кінці семестру.

## Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів з окремих видів роботи та в цілому за модулями (в балах):

| Вид роботи  | Семестр 5 |     | Разом |
|---|-----------|-----|-------|
|   | М 1       | М 2 |       |
| 1. Усна доповідь (1 доповідь – 5 балів)             | 10        | 10  | 20    |
| 2. Практичне завдання (1 завдання – 5 балів)        | 15        | 10  | 25    |
| 3. Реферат (презентація) (1 презентація — 10 балів) | 10        | 20  | 30    |
| 4. Колоквіум (25 балів)                             | 12        | 13  | 25    |
| Усього за модуль                                    | 47        | 53  | 100   |
| Диф.залік   |           |     | +     |
| Всього  |           |     | 100   |

## Шкала оцінювання в балах та ЄКТС

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС                                 |
|--|---|
| 90 – 100                                     | <b>A</b>                                    |
| 82-89  | <b>B</b>                                    |
| 75-81  | <b>C</b>                                    |
| 64-74  | <b>D</b>                                    |
| 60-63  | <b>E</b>                                    |
| 35-59  | <b>FX</b> з можливістю повторного складання |

|      |   |
|------|---|
| 0-34 | F з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |
|------|---|

### Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів

| Рівень компетенції                   | За бальною шкалою | За шкалою ЄКТС                                     | Критерії оцінювання   |
|--------------------------------------|-------------------|--|---|
| IV<br>Високий<br>(творчий)           | 90 – 100          | A  | Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин; виявлено глибокі знання та розуміння описувати зміст функціональних сфер діяльності організації; сформовано необхідні практичні навички вирішувати професійні завдання із застосуванням методів менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації; усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до максимального. |
| III<br>Достатній<br>(конструктивний) | 82-89             | B  | Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин; сформовано вміння викладати основні ідеї щодо забезпечення функціональних сфер діяльності організації із застосуванням методів менеджменту. Необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального.                              |
|                                      | 75-81             | C  | Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин. Вміння викладати базові ідеї щодо забезпечення завдання із застосуванням методів менеджменту, а також практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо; усі передбачені програмою навчання завдання виконані, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками.   |
| II<br>Середній<br>(репродуктивний)   | 64-74             | D  | Програмні результати досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, але прогалини не носять істотного характеру, виявлено знання та розуміння основних положень забезпечення завдання із застосуванням методів менеджменту; необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань містять помилки.   |
|                                      | 60-63             | E  | Програмні результати досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання завдань не виконано або якість виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального.   |
| I<br>Низький                         | 35-59             | FX<br>з можливістю повторного складання            | Програмні результати не досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання)  |
|                                      | 0-34              | F<br>з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | Програмні результати не досягнуті. Теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до якого-небудь значущого підвищення якості виконання навчальних завдань (з обов'язковим повторним курсом)  |

### Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів за видами робіт

| Рівень компетенції | За шкалою | Критерії оцінювання |                    |         |           |
|--------------------|-----------|---------------------|--------------------|---------|-----------|
|                    |           | Усна доповідь       | Практичне завдання | Реферат | Колоквіум |

| тності                               | ЄКТС |  |  | (презентація)  | (тести)  |
|--------------------------------------|------|--|--|--|--|
| IV<br>Високий<br>(творчий)           | A    | <b>5 б.:</b> здобувач повністю розкрив суть питання, надав правильне теоретичне тлумачення визначенням та категоріям.                    | <b>5 б.:</b> виставляється при правильному та безпомилковому проведенні необхідних розрахунків з поясненням і коментуванням отриманих результатів  | <b>10 б.:</b> здобувач повністю розкрив суть питання, надав правильне теоретичне тлумачення визначенням та категоріям.                 | <b>22-25 б.:</b> 90-100% правильних відповідей |
| III<br>Достатній<br>(конструктивний) | B    | <b>4,5 б.:</b> здобувач розкрив суть питання, але у відповіді допущені деякі несуттєві помилки, відсутні обґрунтування окремих положень. | <b>4,5 б.:</b> при правильному і безпомилковому розв'язанні завдання, але без пояснень до розрахунків, без посилань на певні формули чи методики, при відсутності або помилкових коментарях до отриманих результатів | <b>9 б.:</b> здобувач розкрив суть питання, але у відповіді допущені деякі несуттєві помилки, відсутні обґрунтування окремих положень. | <b>20-21 б.:</b> 82-89% правильних відповідей  |
|                                      | C    | <b>4 б.:</b> здобувач розкрив суть питання, але у відповіді допущені неправильні обґрунтування окремих положень.                         | <b>4 б.:</b> при правильному і безпомилковому розв'язанні задачі, але без пояснень до розрахунків, без посилань на певні формули чи методики, при відсутності або помилкових коментарях до отриманих результатів     | <b>8 б.:</b> здобувач розкрив суть питання, але у відповіді допущені неправильні обґрунтування окремих положень.                       | <b>18-19 б.:</b> 75-81% правильних відповідей  |
| II<br>Середній<br>репродуктивний     | D    | <b>3 б.:</b> здобувач не розкрив питання, але брав участь в обговоренні питань   | <b>3 б.:</b> виставляється, якщо при виконанні допущені помилки, які свідчать про недостатнє знання формул або методик розв'язання відповідних задач   | <b>7 б.:</b> здобувач не розкрив питання, але брав участь в обговоренні питань   | <b>16-17 б.:</b> 64-74% правильних відповідей  |
|                                      | E    | <b>2 б.:</b> здобувач не розкрив питання, але брав участь в обговоренні питань, хоча і з деякими відхиленнями                            | <b>2 б.:</b> виставляється, якщо при виконанні допущені помилки, які свідчать про недостатнє знання теорії, пояснення відсутні або фрагментарні.   | <b>6 б.:</b> здобувач не розкрив питання, але брав участь в обговоренні питань, хоча і з деякими відхиленнями                          | <b>14-15 б.:</b> 60-73% правильних відповідей  |
| I<br>Низький                         | FX   | <b>0-1 б.:</b> за фрагментарну відповідь чи повну відсутність відповіді  | <b>0-1 б.:</b> виставляється у випадку, якщо задача не розв'язана неправильно чи взагалі не розв'язана   | <b>0-5 б.:</b> за фрагментарну відповідь чи повну відсутність відповіді  | <b>0-13 б.:</b> 0-59% правильних відповідей    |

### Академічні права та обов'язки учасників освітнього процесу

Здобувачі та викладачі повинні дотримуватися норм забезпечення честі, гідності, взаємної поваги і довіри, рівноправності та толерантності усіх учасників

освітнього процесу шляхом дотримання принципів академічної доброчесності, викладених у **«Положенні про академічну доброчесність у ВНТУ»**.

З метою запобігання та виявлення плагіату у навчальних роботах, розвитку навичок коректної роботи із джерелами інформації та впровадження практики належного цитування, дотримання вимог наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань та активізація самостійності й індивідуальності при створенні авторського твору і відповідальності за порушення загальноприйнятих правил цитування слід дотримуватись норм **«Положення про запобігання академічному плагіату та порядок його виявлення у навчальних, наукових, кваліфікаційних та науково-методичних роботах у ВНТУ»**.

З метою визнання результатів навчання здобутих під час неформальної та/або інформальної освіти (що здобувалася за освітніми програмами та не передбачала присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але могла завершуватися присвоєнням професійних та/або присудженням часткових освітніх кваліфікацій, а також освіти, яка здійснювалася у порядку самоосвіти), здобувачі можуть скористатися відповідними процедурами, наведеними у **«Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти у ВНТУ»**.

Здобувачі мають право оскаржити результати проміжних та підсумкових контрольних заходів, але на лише на підставі аргументованих пояснень, відповідно до **«Порядку організації та проведення заліків, диференційованих заліків, екзаменів у ВНТУ»**, а також безпосередньо звернувшись до освітнього омбудсмена, згідно **«Положення про освітнього омбудсмена з прав студентів ВНТУ»**.

З метою вирішення конфліктних ситуацій, що можуть виникнути у здобувачів із іншими учасниками освітнього процесу та/або недопущення виникнення конфліктних ситуацій слід бути обізнаним у нормах **«Кодексу етики ВНТУ»**.

Здобувачі ВНТУ мають керуватися принципом «нульової толерантності» до будь-яких проявів корупції і повинні вживати всіх передбачених законодавством заходів щодо запобігання, виявлення та протидії корупції і пов'язаним з нею діям (практикам), відповідно до **«Антикорупційної програми ВНТУ»**.

Наведені документи оприлюднені на сайті ВНТУ: <https://vntu.edu.ua/uk/public-info/zag.html>.

## Рекомендована література

### Основна

1. Єпіфанова І. Ю., Коваль Н. О. Перспективи застосування фінансового реінжинірингу в банківській діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020 .№4. Т. 3. С .224-226 URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/2020-4t3-39.pdf>

2. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Банківський маркетинг» / Уклад. Н. О. Коваль. Вінниця : ВНТУ, 2021. 25с. URL: <https://iq.vntu.edu.ua/method/getfile.php?fname=93466.pdf&x=1>
3. Коваль Н. О., Пілявоз Т. М., Глуценко Л. Д. Інноваційний інструментарій банківської сфери на основі бенчмаркінгу. Вісник ОНУ. Том 26. Випуск 5 (90). 2021. С.97-101
4. Коваль Н. О. Особливості формування банківського продукту в розрізі маркетингових інновацій. *Modern Economics*. 2021. № 29(2021). С. 94-99.
5. Коваль Н. О. Сучасний розвиток реінжинірингу та бенчмаркінгу в банківській сфері // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції з проблем вищої освіти і науки «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу», м. Житомир, 04-05 листопада 2021 р.
6. Коваль Н. О., Пілявоз Т. М. Управління фінансовими ризиками в умовах інтеграції України у світовий фінансовий простір. *Modern Economics*. 2023. № 41(2023). С. 54-58. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-08).
7. Коваль Н. О., Тимчишина О.В. Інноваційні технології та їх вплив на ринок банківських послуг // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні (2022)", Вінниця, 25 лютого 2022 р. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/>
8. Коваль Н. О. Інноваційні засади розвитку в контексті фінансового та банківського сектору. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. URI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-113>
9. Коваль Н.О. Сучасні інструменти забезпечення фінансової стійкості комерційних банків. *Modeling the development of the economic systems*. 2024. (1). С. 134–138. URL: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/303>
10. Коваль Н., Пілявоз Т. Фінансова діагностика та управління ризиками щодо актуальних перетворень сьогодення. *Modern Economics*. 2024. № 44(2024). С.74-78.

#### Допоміжна

1. Харабара В.М., Грешко Р.І., Третякова О.В. Особливості сучасного банківського маркетингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 4. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/4\\_2021/9.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2021/9.pdf)
2. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: *підручник*. Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 408с. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21558/1/%D0%9F%D\\_01.11.2022.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21558/1/%D0%9F%D_01.11.2022.pdf)
3. Банківська система : *підручник*; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. Крупки. 2-ге вид., переробл. і доповн. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2023. 524 с. URL: [https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/11/Bank\\_Syst\\_PIDRUCH\\_Krupka\\_Andrushchak\\_Paitra\\_2023.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/11/Bank_Syst_PIDRUCH_Krupka_Andrushchak_Paitra_2023.pdf)
4. Закон України «Про Національний банк України» від 20 травня 1999 року № 679-XIV URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14>

5. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07 грудня 2000 року № 2121-III URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
6. Демко М., Черкес Р. Сучасні тенденції збуту та просування банківських продуктів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. С.44-49 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-120>.
7. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
8. Циганко А., Дорошенко Н. Удосконалення банківського маркетингу за сучасних умов. *Молодий вчений*. 2024. 11 (123). С.155-162. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-2>
9. Bilotserkivskiy O., Stepurina S., Lyashenko V. (2023). On the Ratio of Futures Prices in the World Markets for Grain Commodities. *International Journal of Academic and Applied Research (IJAAR)*, Vol. 7(2), 88-94.

### Інформаційні ресурси

1. ННР дисципліни «Банківський маркетинг» в системі JetIQ URL: [https://iq.vntu.edu.ua/b04213/vspd/teach\\_desktop.php](https://iq.vntu.edu.ua/b04213/vspd/teach_desktop.php)
2. Вісник Національного банку України URL: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=60949](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=60949).
3. Журнал «Банківська справа» URL: <http://www.banking.com.ua>.
4. Журнал «Маркетинг в Україні» URL: <http://uam.in.ua/projects/marketing-in-ua/archive.ph>
5. Рейтинг банківського сектору України. 2023. URL: <http://finbalance.com.ua/news/reytinh-bankiv-za-zrostannyam-aktiviv>
6. Deloitte. Маркетингові тренди 2023 року. URL: <https://vctr.media/deloitte-nazvala-7-osnovnykh-marketingovykh-trendov2021-goda-52389/>
7. Best Banking Website Designs. URL: <https://agentestudio.com/blog/20-bestbanking-website-design>
8. What is artificial intelligence marketing? URL: <https://blog.socialmediastrategiessummit.com/10-examples-of-ai-in-marketing/>
9. Ways Intelligent Marketers Use Artificial Intelligence. URL: <https://contentmarketinginstitute.com/2017/08/marketers-use-artificial-intelligence>
10. Foundations of marketing analytics <https://coursera.com.ua/learn/foundations-marketing-analytics>
11. Foundations of Marketing Analytics <https://coursera.com.ua/specializations/marketing-analytics>
12. Digital Marketing Strategy and Planning <https://coursera.com.ua/specializations/digital-marketing-strategy-planning>
13. The Strategy of Content Marketing <https://coursera.com.ua/learn/content-marketing>