

Nazwa przedmiotu:	<b>MARKETING USŁUG FINANSOWYCH</b>			
Forma: Wykład	Godzin: 15 Semestr: 8 Rok: IV	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS 2	
Wydział: ZIF	Kierunek: Finanse i Bankowość	Tryb: stacjonarny	Rodzaj: magisterskie	
Specjalność: analityk fin. i zarz. ryzykiem, rachunkowość i auditing, zarządzanie finansami, nieruchomości				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	Grażyna Woźniewska	grazyna.wozniewska@ue.wroc.pl	80 354	415 Z

### 1. Wymagania wstępne

Podstawy bankowości

### 2. Program przedmiotu

Specyfika marketingu usług finansowych. Pojęcie marketingu bankowego – warunki i konsekwencje stosowania marketingu przez banki. Produkt bankowy i jego cechy. Strategie marketingowe stosowane przez banki. Marketing usług ubezpieczeniowych. Marketing-mix w instytucjach finansowych. Badania marketingowe w instytucjach finansowych. System Informacji Marketingowych. Otoczenie konkurencyjne instytucji finansowych. Marketing relacyjny w instytucjach finansowych. Technologie informatyczne wykorzystywane w marketingu usług finansowych.

### 3. Metodyka zajęć

Wykład z zastosowaniem technik aktywizujących studentów

### 4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Wiadomości: zapoznanie studentów ze specyfiką marketingu usług finansowych, stosowanymi strategiami marketingowymi oraz narzędziami wykorzystywanymi w ich budowie.

Umiejętności: rozpoznanie strategii marketingowych realizowanych przez instytucje finansowe.

#### Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

Grzywacz J.: Marketing w działalności banku. Difin, Warszawa 2006  
 Grzegorzczak W., Marketing bankowy. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Łódź 2004  
 Masiukiewicz P.: Marketing w enklawach finansowych. Warszawa 2007  
 Mazurkiewicz L., Marketing bankowy. Difin Warszawa 2002

#### Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

Zurawik B. W., Marketing usług finansowych. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1999.