

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Opis przedmiotu

| | | | | |
|---|--------------------|--|--|---------------------|
| Kod przedmiotu | | Nazwa przedmiotu | NOWOCZESNE FORMY SPRZEDAŻY PRODUKTÓW BANKOWYCH | |
| E/O/II/ST/B.2 | | | MODERN FORMS OF SELLING BANKING PRODUCTS | |
| Język wykładowy | | Polski | | |
| Rok akademicki | | 2024/2025 | | |
| | | | | |
| Kierunek w zakresie | | Ekonomia | | |
| | | - | | |
| Poziom studiów | | studia drugiego stopnia | | |
| Profil studiów | | ogólnoakademicki | | |
| Forma studiów | | studia stacjonarne | | |
| Semestr / semestry | | 3 | | |
| | | | | |
| Przynależność do grupy zajęć | | Grupa przedmiotów kierunkowych do wyboru | | |
| Status przedmiotu | | Obieralny | | |
| Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS | | Forma zajęć | Liczba godzin zajęć dydaktycznych | Liczba punktów ECTS |
| | | Wykład | [h] | 2 ECTS |
| | | Ćwiczenia | [h] | |
| | | Konwersatorium | 30 [h] | |
| Powiązanie przedmiotu | z profilem studiów | Związany z prowadzoną działalnością naukową w dyscyplinie ekonomia i finanse | | 1,5 ECTS |
| | z uprawnieniami | ----- | | ECTS |
| | z dyscypliną | Ekonomia i finanse | | 2 ECTS |
| Forma nauczania | | Tradycyjna- zajęcia zorganizowane w Uczelni | | |
| Wymagania wstępne | | Bez wstępnych wymagań | | |
| | | | | |
| Jednostka prowadząca | | Katedra Polityki Ekonomicznej i Bankowości | | |
| Koordynator | | dr Ireneusz Pszczółka | | |
| Adres strony internetowej pjo | | http://weif.uniwersytetradom.pl | | |
| Adres e-mail, telefon koordynatora | | i.pszczolka@urad.edu.pl; (48) 361-74-75 | | |

EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

| | |
|--|--|
| Cel kształcenia: | Celem zajęć z przedmiotu jest zapoznanie studentów z zaawansowanymi problemami z zakresu marketing instytucji finansowych ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnego podejścia do dystrybucji w kontekście wzrostu znaczenia bankowości elektronicznej i wirtualnej w Polsce i na świecie. |
| Treści programowe: | <p>Treści zajęć są powiązane z prowadzonymi badaniami naukowymi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Istota marketingu instytucji finansowych <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Pojęcie marketingu bankowego. Przegląd koncepcji marketing mix. 1.2. Etapy rozwoju marketingu w instytucjach finansowych. 1.3. Warunki stosowania marketingu. 1.4. Produkt bankowy/finansowy – jego unikalne cechy i rodzaje. 1.5. Cykl życia produktu bankowego 1.6. Polityka cenowa instytucji finansowych. 1.7. Polityka promocji instytucji finansowych. 1.8. Dystrybucja produktów finansowych. Miejsce dystrybucji w marketingu mix. 1.9. Potrzeby klientów w zakresie dystrybucji. 1.10. Rodzaje kanałów dystrybucji produktów finansowych i czynniki determinujące wybór kanału dystrybucji produktów finansowych. 2. Bankowość wirtualna i elektroniczna <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Istota i pojęcie bankowości elektronicznej i wirtualnej. 2.2. Geneza rozwoju bankowości wirtualnej w Polsce i na świecie. 3. Fazy rozwoju bankowości elektronicznej i wirtualnej <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Charakterystyka faz rozwoju bankowości elektronicznej i wirtualnej. 3.2. Główne cechy poszczególnych faz i bariery rozwoju. 3.3. Uwzględnieniem w projektowaniu elektronicznych kanałów dystrybucji potrzeb osób niepełnosprawnych, seniorów, osób wykluczonych cyfrowo. 3.4. Dobre praktyki obsługi osób z niepełnosprawnościami przez bank. 4. Najbardziej popularne elektroniczne kanały dystrybucji usług bankowych 5. Banki wirtualne w Polsce i na świecie – historia zmian 6. Perspektywy rozwoju detalicznej bankowości elektronicznej <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Potrzeby klientów detalicznych na rynku bankowości elektronicznej w Polsce. 6.2. Czynniki rozwoju detalicznego rynku bankowości elektronicznej w Polsce (ekonomiczno-technologiczne, demograficzno-edukacyjne, psychospołeczne, instytucjonalno-prawne). |
| Metody dydaktyczne (kształcenia): | Wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik multimedialnych, metoda przypadków, metoda projektu, dyskusja dydaktyczna. |
| Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej: | <p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich wymaganych efektów uczenia się określonych dla przedmiotu.</p> <p>Na ocenę końcową z przedmiotu składają się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • projekt i jego prezentacja - analityczne opracowanie wybranego zagadnienia z zakresu marketingu i sprzedaży produktów bankowych - 30% • kolokwium – pytania otwarte – 70% <p>Ocena końcowa z konwersatorium zostanie wystawiona zgodnie z zasadą:</p> <p>50% punktacji lub mniej – niedostateczny (2) (50 – 60) % – dostateczny (3) (60 – 70) % – dostateczny plus (3+) (70 – 80) % – dobry (4) (80 – 90) % – dobry plus (4+) (90 – 100) % – bardzo dobry (5)</p> <p>Szczegółowe zasady oraz uprawnienia studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością i przewlekłe chorych w zakresie uczestniczenia, przeprowadzania zaliczeń i egzaminów są określone w: Regulaminie studiów, Zasadach studiowania, Procedurze</p> |

zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością i przewlekle chorych.

| Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć | | | | Metody weryfikacji efektów uczenia się | |
|---|---|------------------------------------|----------------|--|--|
| Numer efektu uczenia się | Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do: | Kierunkowy efekt uczenia się (KEU) | Forma zajęć | Forma weryfikacji (zaliczeń) | Metody sprawdzania i oceny |
| W1 | Zna i rozumie metody i narzędzie polityki dystrybucji oraz zasady funkcjonowania i budowania nowoczesnych kanałów dystrybucji banków komercyjnych oraz rozumie relacje panujące pomiędzy stronami polityki dystrybucji | K_W01 | Konwersatorium | Zaliczenie na ocenę | kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji |
| W2 | Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne oraz etyczne uwarunkowania funkcjonowania banków oraz istotę prowadzonych przez nie operacji poprzez nowoczesne kanały dystrybucji, w tym przy wykorzystaniu kanałów kluczowych z punktu widzenia ich rozwoju. | K_W05 | Konwersatorium | Zaliczenie na ocenę | kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji |
| U1 | Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z nowoczesnych form sprzedaży produktów bankowych do identyfikowania, interpretowania i wyjaśniania złożonych zjawisk i procesów ekonomicznych i finansowych oraz relacji między nimi. | K_U01 | Konwersatorium | Zaliczenie na ocenę | kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji |
| U2 | Potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska zachodzące w obszarze nowoczesnej dystrybucji produktów finansowych w Polsce i na świecie wykorzystując w tym celu zaawansowane metody i narzędzia z dziedziny nauk ekonomicznych | K_U02 | Konwersatorium | Zaliczenie na ocenę | kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji |
| K1 | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz uznawania wiedzy dotyczącej nowoczesnych form sprzedaży produktów bankowych w rozwiązywaniu praktycznych i poznawczych problemów z tego zakresu. | K_K01 | Konwersatorium | Zaliczenie na ocenę | kolokwium, ocena projektu i jego prezentacji |

| Literatura i pomoce naukowe |
|--|
| <p>Literatura podstawowa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iwanicz-Drozdowska M., Jaworski W.L., Szelągowska A., Zawadzka Z., Bankowość w gospodarce cyfrowej, Poltext, Warszawa 2023 2. Macierzyński W., Pszczółka I., Sobol M., (red.), Podstawy bankowości. Wybrane zagadnienia, Spatium, Radom, 2022. <p>Literatura uzupełniająca</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iwanicz-Drozdowska M., Jaworski W.L., Szelągowska A., Bankowość. Instytucje - operacje - zarządzanie, Poltext, Warszawa 2021 2. Ertman A., Marketing 4.0 w działalności banków komercyjnych w Polsce – perspektywa nabywców, Marketing i Rynek 06/2021, s. 26-36 3. Siudek T., Konkurencyjność banków w Polsce w zakresie produktów i usług bankowości elektronicznej. Teorie, modele i wyniki empiryczne, Cedewu, Warszawa 2022 <p>Szczegółowy wykaz dodatkowych źródeł i pomocy naukowych na pierwszych zajęciach podaje prowadzący</p> |

| Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS | | | |
|--|-----------------------------|---|---------------------|
| Udział w zajęciach, aktywność | Obciążenie studenta [h] | | |
| | Inne godz. kontaktowe (IGK) | Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta (ZBN) | Zajęcia dydaktyczne |
| Udział w wykładach/konwersatoriach | X | X | 30[h] |
| Udział w ćwiczeniach/laboratorium | X | X | X |
| Udział w konsultacjach | 4[h] | X | X |
| Przygotowanie do wykładów/ćwicz/konwersatorium Przygotowanie do zaliczenia/egzaminu | X | 16[h] | X |
| Sumaryczne obciążenie pracą studenta | 4 [h]/ 0,2ECTS | 16[h]/0,6ECTS | 30[h]/ 1,2ECTS |
| Punkty ECTS za przedmiot | 50 [h] /2ECTS | | |

| Informacje dodatkowe, uwagi |
|---|
| W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów. |