

Nazwa przedmiotu:	<b>MARKETING I KOMUNIKACJA W USŁUGACH FINANSOWYCH</b>			
Forma: Wykład	Godzin: 15 Semestr: III Rok: II	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS 2	
Wydział: ZIF	Kierunek: Finanse i Rachunkowość	Tryb: stacjonarny Rodzaj: II stopień		
Specjalność: Doradca finansowy				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	Grażyna Woźniewska	grazyna.wozniewska@ue.wroc.pl	713680 354	415 Z

### **1. Wymagania wstępne**

Podstawy bankowości

### **2. Program przedmiotu**

Specyfika marketingu usług finansowych. Warunki i konsekwencje stosowania marketingu w instytucjach finansowych. Usługa finansowa i jej cechy. Strategie marketingowe stosowane przez instytucje finansowe. 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)**

Kolasa M.: Marketing bankowy. CeDeWu, Warszawa 2008.

Żurawik B.W: Marketing usług finansowych. Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2000.

Grzywacz J.: Marketing w działalności banku. Difin, Warszawa 2006

Grzegorzczak W.: Marketing bankowy. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Łódź 2004

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

Masiukiewicz P.: Marketing w enklawach finansowych. Warszawa 2007

Mazurkiewicz L.: Marketing bankowy. Difin Warszawa 2002