

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:50:24
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82475

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт	Экономики и менеджмента
Кафедра	Финансы и бизнес-аналитика

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Банковский маркетинг**

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль)	Финансы в цифровой экономике
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Банковский маркетинг» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 9 от 21 апреля 2025 г.

Разработчик(и) рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент	Е.А. Ветрова
--------	--------------

Заведующий кафедрой:	А.В. Генералова
----------------------	-----------------

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Банковский маркетинг» изучается в пятом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена

1.1 Форма промежуточной аттестации
пятый семестр - зачет

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Банковский маркетинг» к части программы, формируемой участниками образовательных отношений. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Экономика организаций;
- Маркетинг;
- Менеджмент.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Проектно-ориентированное управление бизнесом;
- Финансовое планирование;
- Корпоративные финансы.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Банковский маркетинг» является:

- освоение методов исследования современной финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизмов функционирования финансовых рынков;
- изучение методов экономической диагностики рынка финансовых услуг;
- проведение исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе, действующих правил и условий, тарифной политики и форм документации);
- проведение информационно-аналитической работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализу состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;
- изучение методов экономической диагностики рынка финансовых услуг и характеристики финансовых продуктов и услуг;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1 Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен к мониторингу конъюнктуры рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков	ИД-ПК-4.1 Проведение исследования современной финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизмов функционирования финансовых рынков; изучение методов экономической диагностики рынка финансовых услуг; проведение исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе, действующих правил и условий, тарифной политики и форм документации)	- изучает методы экономической диагностики рынка финансовых услуг; -применяет современные методы анализа финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизмов функционирования финансовых рынков; -проводит исследование финансового рынка и изучает предложения финансовых услуг (в том числе, действующих правил и условий, тарифной политики и форм документации);
ПК-4 Способен к мониторингу конъюнктуры рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков	ИД-ПК-4.2 Проводит информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, анализу состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков; знает методы экономической диагностики рынка финансовых услуг и характеристики финансовых продуктов и услуг	- применяет информационно-аналитическую оценку рынка финансовых продуктов и услуг; - проводит анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков; -демонстрирует знания методов экономической диагностики рынка финансовых услуг и характеристики финансовых продуктов и услуг; -применяет способы и технологии мониторинга конъюнктуры рынка банковских услуг;

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

3.1 Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины								
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час	
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час
								промежуточная аттестация, час

5 семестр	зачет	96	16	16				64	
Всего:	зачет	96	16	16				64	

3.3 Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка час		
	Пятый семестр						
ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2	Раздел 1. Теоретические основы банковского маркетинга	х	х	х	х	х	1. Контрольная работа 2. Тестирование
	Тема 1. Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга	2				7	
	Практическое занятие 1. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы		2				
	Тема 2. Маркетинговая стратегия коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 2. Разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка		2				
	Тема 3. Маркетинговая среда в коммерческом банке	2				7	
	Практическое занятие 3. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами.		2				
	Тема 4. Маркетинговая информационная система коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 4. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг		2				
	Раздел 2. Инструменты и методы банковского маркетинга	х	х	х	х	х	
	Тема 5. Маркетинговый анализ рынка банковских услуг	2				7	
	Практическое занятие 5. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг		2				

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка час		
	Тема 6. Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 6. Методы ценообразования банка		2				
	Тема 7. Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 7. Анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг		2				
	Тема 8. Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка	1				7	
	Практическое занятие 8. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка		1				
	Тема 9. Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка	1				8	
	Практическое занятие 9. Методы управления маркетинговой деятельностью банка		1				
	зачет						Зачет в устной форме
	ИТОГО за весь период	16	16			64	

3.4 Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Теоретические основы банковского маркетинга		
Тема 1	Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга	1. Сущность, содержание и функции маркетинга в коммерческом банке. 2. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы
Тема 2	Маркетинговая стратегия коммерческого банка	1. Сущность, виды и разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка в рамках общекорпоративной стратегии
Тема 3	Маркетинговая среда в коммерческом банке	1. Элементы макро- и микросреды коммерческого банка и факторы их определяющие. 2. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами.
Тема 4	Маркетинговая информационная система коммерческого банка	1. Виды маркетинговых исследований, информационные источники, методы обработки информации. 2. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг.
Раздел 2. Инструменты и методы банковского маркетинга		
Тема 5	Маркетинговый анализ рынка банковских услуг	1. Характеристика рынка банковских услуг. 2. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг
Тема 6	Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка	1. Банковские продукты и услуги и механизм их ценообразования: основные виды и характеристики
Тема 7	Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка	1. Понятие, сущность, элементы и анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг
Тема 8	Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка	1. Понятие, сущность, элементы и анализ эффективности рекламной политики коммерческого банка. 2. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка
Тема 9	Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка	1. Организационные и финансовые аспекты управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке

3.5 Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзаменам;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов/тем, невыносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем;

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 6	Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка	подготовить информационное сообщение, доклад	устное собеседование по результатам выполненной работы	2

3.6 Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	16	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	16	

4 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1 Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2
высокий	100 - 85	зачтено			Обучающийся: - изучает методы экономической диагностики рынка финансовых услуг; -применяет современные методы анализа финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизмов функционирования финансовых рынков; -проводит исследование финансового рынка и изучает предложения финансовых услуг (в том числе, действующих правил и условий, тарифной политики и форм документации); - применяет информационно-аналитическую оценку рынка финансовых продуктов и услуг;

					- проводит анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков; -демонстрирует знания методов экономической диагностики рынка финансовых услуг и характеристики финансовых продуктов и услуг; -применяет способы и технологии мониторинга конъюнктуры рынка банковских услуг.
повышенный	65 – 84	зачтено			Обучающийся: - владеет методами экономической диагностики рынка финансовых услуг; - проводит исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации); - применяет информационно-аналитическую работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков; - применяет методы экономической диагностики рынка финансовых услуг;

					- оперирует характеристиками финансовых продуктов и услуг.
базовый	41 – 64	зачтено			Обучающийся: - проводит исследования финансового рынка и изучает предложения финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации); - применяет информационно-аналитическую работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков; - применяет методы экономической диагностики рынка финансовых услуг; - оперирует характеристиками финансовых продуктов и услуг.
низкий	0 – 40	не зачтено	Обучающийся: - демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; - испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; - не способен рассчитать финансовые показатели, предусмотренные курсом; - выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; - ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.		

5 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Банковский маркетинг» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1 Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1	Тестирование по темам 1-2	Вариант 1 1. Выберите правильное определение маркетинга: а) комплексная система производства, транспортировки и хранения материальных ресурсов б) деятельность по росту производительности труда в обществе в) вид человеческой деятельности, направленной на улучшение социально-экономической и политической обстановки в обществе г) предпринимательская деятельность, управляющая продвижением товаров от производителей до потребителей 2. Появление маркетинга связано: а) с техническим прогрессом б) с обострением конкуренции товаропроизводителей в) с расширением торговых связей г) с обострением конкуренции покупателей 3. В какой стране зародилась научная идея маркетинга? а) Индии б) Германии в) Японии г) США 4. Термин «маркетинг» означает: а) торговую деятельность б) исследование рынка в) сбытовую деятельность г) товарно-денежные отношения 5. Какое из приведенных предложений соответствует маркетинговой ориентации предприятия?	ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		а) ценовая политика основывается на издержках производства и обращения б) производится и продается то, что удастся произвести технологически рационально, надежно и с меньшими издержками в) упаковка рассматривается, как средство формирования спроса и стимулирования сбыта и лишь затем как средство хранения, транспортировки товара, удобства торговли г) руководство деятельностью предприятия ориентируется на учет желаний, потребностей и интересов потребителей Вариант 2 1. Когда в нашей стране стал применяться маркетинг: а) в период НЭПа б) в период экономических реформ 60-х гг. XX в. в) с началом перестройки г) в первой половине 90-х гг. 2. Что такое идеальный товар? а) любой товар, лежащий на прилавке б) товар, полностью удовлетворяющий потребность покупателя в) импортный товар очень высокого качества г) товар, спрос на который очень высок 3. Запрос (спрос) – это: а) давнее желание купить японский телевизор б) желание иметь автомобиль иностранного производства в) постоянно испытываемая потребность в еде г) желание приобрести автомобиль - иномарку, подкрепленное финансовыми возможностями 4. Что является товаром: а) стихотворения, опубликованные в поэтическом сборнике б) телевизор нового поколения, демонстрируемый на выставке в) целебная минеральная вода, залитая в сосуд непосредственно из источника г) изделие народного промысла, выставленное в музее 5. Что означает конкурентоспособность товара: а) возможность товара быть проданным на рынке при наличии конкурирующих товаров б) активная рекламная кампания по отношению к товару в) реализация товара по относительно низкой цене г) положительная реакция на товар во время опроса потенциальных потребителей	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		Вариант 3 1. Примером человеческих потребностей является: а) потребность человека в пище б) потребность в безопасности в) потребность в общении 2. Маркетинг – это: а) вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена б) умение и искусство трансформировать нужды и запросы потребителей в конкретные товары и услуги в) деятельность по сбыту готовой продукции г) учет материальных ценностей 3. Рынок продавца – это такой рынок, на котором: а) больше власти имеют покупатели б) больше власти имеют продавцы в) более активными «деятелями рынка» приходится быть продавцам г) более «активными деятелями рынка» приходится быть покупателям 4. Известны следующие формы конкуренции: а) ценовая б) неценовая в) межотраслевая г) монополистическая 5. Какие модели конкуренции характерны для современного рынка: а) монополистическая конкуренция б) чистая конкуренция в) чистая монополия г) олигополия Вариант 4. 1. Какие виды деятельности не относятся к предпринимательской: а) предвыборная б) посредническая в) благотворительная г) активная 2. Что из перечисленного может относиться к основным факторам предпринимательской деятельности?	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		а) основные и оборотные фонды б) трудовые ресурсы в) товары г) все ответы верны 3. Схема предпринимательской деятельности может быть представлена в виде логической формулы а) Т – Дф – Дт – Ф б) Дф – Ф – Т – Дт в) Ф – Т – Дф – Дт г) Дт – Ф – Дф – Т 4. Посредничеством называют предпринимательство, в котором предприниматель выступает в роли: а) продавца товаров или услуг б) покупателя товаров или услуг в) производителя товаров или услуг г) связующего звена в процессе товарно-денежных операций 5. Финансовое предпринимательство есть особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают: а) деньги и ценные бумаги б) духовные ценности в) товары и услуги г) информация Вариант 5 1. В коммерческом предпринимательстве предприниматель: а) занимается куплей-продажей ценных бумаг б) производит товары и услуги в) продает готовые товары, приобретенные им у других лиц г) выступает в роли связующего звена между покупателем и продавцом 2. Олигопсония – это рыночное господство: а) одного продавца б) нескольких покупателей в) одного покупателя г) нескольких продавцов 3. Монополия – это рыночное господство: а) одного продавца	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		б) нескольких покупателей в) одного покупателя г) нескольких продавцов 4. Определяющим фактором спроса является: а) изменение доходов потребителей б) изменение вкусов потребителей в) цена товара г) изменение числа покупателей 5. Определяющим фактором предложения является: а) изменение технологии производства б) изменение погодных условий в) изменение числа производителей г) цена товара Вариант 6. 1. Эластичным спросом на товар называется такой спрос, который изменяется: а) в большей степени, чем цена товара б) в меньшей степени, чем цена товара в) в той же степени, как цена товара г) в зависимости от уровня товарных запасов 2. Эластичность предложения зависит от: а) времен года б) уровня товарных запасов в) погодных условий г) от степени удовлетворения потребностей населения в данном товаре 3. Если цена на товар превысит рыночную цену, то это приведет: а) к дефициту товара б) к избытку товара в) к отсутствию данного товара на рынке г) не приведет ни к каким изменениям 4. Рыночная цена – это цена, при которой: а) на рынке наблюдается избыток товара б) на рынке наблюдается дефицит товара в) товар на рынке отсутствует	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		г) количество товара, которое хотят продать производители, равно тому количеству, которое хотят и в состоянии купить потребители 5. Потребность – это: а) нужда, принявшая специфическую форму б) чувство, ощущаемой человеком нехватки чего-либо в) желание приобрести автомобиль, подкрепленное материальными возможностями г) акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего – либо взамен Вариант 7. 1. Какой из нижеперечисленных элементов является наиболее важным для рыночной экономики: а) эффективные профсоюзы б) всеобщее государственное регулирование в) взвешенные действия предпринимателей г) активная конкуренция на рынке 2. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется: а) совершенной конкуренцией б) монополистической конкуренцией в) олигополией г) монополией 3. Что из нижеперечисленного является признаком только монопольного рынка: а) один продавец б) дифференциация продуктов в) большие постоянные издержки г) цена, равная предельным издержкам 4. Закон предложения выражает: а) обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара б) связь между эластичными и неэластичными товарами в) прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара г) меру эластичности каждого товара 5. Закон спроса выражает: а) обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара б) связь между эластичными и неэластичными товарами в) прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		г) меру эластичности каждого товара Вариант 8 1. Элемент банковской деятельности, с которым в первую очередь связан маркетинг, — это: а) кадры; б) капитал; в) банковский продукт; г) организационная структура; д) клиент банка. 2. «Нулевой спрос» на банковские услуги характеризуется: а) отсутствием спроса; б) отсутствием роста спроса на услугу; в) негативным отношением к услуге. 3. Процесс маркетинга в банке начинается: а) с подготовки плана маркетинга; б) с изучения клиента банка; в) с выполнения разработанного плана; г) все перечисленное. 4. Спрос на банковские услуги означает: а) определение цели и задач банка; б) потребность в каком-либо товаре или услуге; в) порядок определения цен на товары или услуги; г) привлечение и размещение денежных средств. 5. Сегментирование банковского рынка представляет собой: а) определение доходности финансовых вложений; б) расчет окупаемости инвестиционного проекта; в) выявление целевых групп клиентов, на которых концентрируются сбытовые услуги; г) увеличение капитализации предприятия. Вариант 9. 1. Разработка рекламной стратегии включает: а) создание рекламного обращения; б) определение эффективности рекламы; в) создание концепции товара; г) определение целевой аудитории;	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		2. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся: а) усиление законодательных норм; б) увеличение возраста потребителей; в) снижение количества населения; г) несовершенство программы маркетинга; 3. Различают следующие уровни товара: а) новый и модифицированный б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением; в) товар с упаковкой; товар без упаковки; г) второй сорт, первый сорт, высший сорт 4. Отбор целевых рынков — это: а) удовлетворения всех без исключения потребителей; б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется. в) определение места продажи своего товара; г) определение вида продвижения товара. 5. Потребительский рынок формируется: а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации; б) Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления; в) лицами, которые приобретают товары для продажи; г) предприятиями изготовителями готовой продукции Вариант 10. 1. Что является основным в определении сути маркетинга? а) сбыт товаров б) снижение издержек производства а) установление цен на товары г) удовлетворения потребностей потребителей 2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга? а) товарная ориентация б) производственная ориентация в) сбытовая ориентация	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция																					
		г) ориентация на потребителя, общество в целом+ 3. Объектами маркетинга являются: а) товары б) услуги в) фирмы г) все вышеперечисленные ответы 4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга: а) маркетинговые исследования; б) инвентарный контроль в) товарная политика г) создание рекламного обращения 5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются: а) товар, цена, продвижение товара, распространение б) товар, стимулирование сбыта, реклама в) сбыт товара, ценообразование, продвижение г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков																						
2	Контрольная работа по теме 3 «Маркетинговая среда в коммерческом банке»	1. Анализ корпоративного имиджа банка на основе анкетирования Ответы на вопросы нижеследующей анкеты оцениваются исходя из максимум 10 баллов. Исходя из величины полученных результатов, сформулируйте общую оценку уровня корпоративного имиджа анализируемого коммерческого банка. <table><tr><th>№</th><th>Вопрос</th><th>Оценка</th></tr><tr><td>1</td><td>Наличие единого корпоративного стиля</td><td></td></tr><tr><td>2</td><td>Наличие регулярно обновляемого сайта</td><td></td></tr><tr><td>3</td><td>Наличие фирменного стиля (символики), корпоративной сувенирной продукции (календари, ручки, кепки, флажки и пр.)</td><td></td></tr><tr><td>4</td><td>Наличие подразделения (сотрудника), отвечающего за организацию и внедрение корпоративного имиджа банка, организацию и проведение корпоративных мероприятий</td><td></td></tr><tr><td>5</td><td>Организация мониторинга обратной связи с партнерами и клиентами</td><td></td></tr><tr><td>6</td><td>Организация освещения деятельности внутри коммерческого банка (экран, витрина, газета, листовки, корпоративные средства массовой информации и пр.)</td><td></td></tr></table>	№	Вопрос	Оценка	1	Наличие единого корпоративного стиля		2	Наличие регулярно обновляемого сайта		3	Наличие фирменного стиля (символики), корпоративной сувенирной продукции (календари, ручки, кепки, флажки и пр.)		4	Наличие подразделения (сотрудника), отвечающего за организацию и внедрение корпоративного имиджа банка, организацию и проведение корпоративных мероприятий		5	Организация мониторинга обратной связи с партнерами и клиентами		6	Организация освещения деятельности внутри коммерческого банка (экран, витрина, газета, листовки, корпоративные средства массовой информации и пр.)		ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2
№	Вопрос	Оценка																						
1	Наличие единого корпоративного стиля																							
2	Наличие регулярно обновляемого сайта																							
3	Наличие фирменного стиля (символики), корпоративной сувенирной продукции (календари, ручки, кепки, флажки и пр.)																							
4	Наличие подразделения (сотрудника), отвечающего за организацию и внедрение корпоративного имиджа банка, организацию и проведение корпоративных мероприятий																							
5	Организация мониторинга обратной связи с партнерами и клиентами																							
6	Организация освещения деятельности внутри коммерческого банка (экран, витрина, газета, листовки, корпоративные средства массовой информации и пр.)																							

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий						Формируемая компетенция		
		7	Организация внешнего освещения деятельности коммерческого банка (публикации в средствах массовой информации, фирменный каталог, буклеты, брошюры, рекламные плакаты, витрины, стенды и пр.)							
		8	Наличие совместных мероприятий с органами административной власти							
		9	Наличие корпоративные подарков, бланков грамот, дипломов, благодарностей сотрудникам и клиентам с фирменной символикой							
		10	Наличие программ обучения, семинаров, тренингов и корпоративных мероприятий для сотрудников							
		11	Наличие системы оценки должностного соответствия персонала, системы мотивации							
		12	Наличие программы лояльного клиента (система скидок для постоянных клиентов, дисконтные карты с фирменной символикой)							
		13	Наличие крупных рекламных акций не реже 2 раз в год							
3	Контрольная работа по теме 4 «Маркетинговая информационная система коммерческого банка»	Задание 1 Разработка оценочного листа для сравнительного анализа веб-сайтов банковских организаций. Разработать критерии оценки качества веб-сайта по категориям содержание (минимум 10 критериев), форма (минимум 5 критериев) и рекомендации по обработке результатов. Провести сравнительный анализ качества веб-сайт трех коммерческих банков и сформулировать соответствующие рекомендации.							ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2	
4	Контрольная работа по теме 5 «Маркетинговый анализ рынка банковских услуг»	Каждый студент выбирает банковскую отчетность на официальном сайте Центрального Банка. Задание 1. Проанализировать собственные средства банка и сделать выводы. Таблица Анализ уровня достаточности капитала							ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2	
		№ пп	Собственные Средства банка	Сумма на 2018 г.	Удельный вес в %	Сумма на 2019 г.	Удельный вес в %	Сумма на 2020 г.		Удельный вес в %
		1	Средства акционеров (участников)							

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий								Формируемая компетенция	
		2	Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров								
		3	Эмиссионный доход								
		4	Резервный фонд								
		5	Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи								
		6	Переоценка основных средств								
		7	Нераспределенная прибыль (убыток) прошлых лет								
		8	Прибыль к распределению (убыток) за отчетный период								
			Всего источников собственных средств								
		Задание 2. Провести анализ пассивных операций с выводами									
		Таблица. Анализ пассивных операций банка									
	Пассивные операции	2018 г. Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	2019 г. Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	2020 г. Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Отклоне (+, -)			

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий								Формируемая компетенция	
		Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального банка Российской Федерации									
		Средства кредитных организаций									
		Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями (Вклады физических лиц)									
		Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток									
		Выпущенные долговые обязательства									
		Прочие обязательства									
		Обязательство по текущему налогу на прибыль									
		Отложенное налоговое обязательство									
		Прочие обязательства									
		Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с									

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий								Формируемая компетенция	
		резидентами офшорных зон									
		Всего обязательств									
		Всего пассивных операций:									
		Задание 3. Найти коэффициент иммобилизации капитала									
		Таблица Коэффициент иммобилизация капитала банка									
		Показатель	Значение, тыс. руб.			Отклоне- ние (+,-)	Доля в валюте баланса, %				Отк ние
			на 2018 год	на 2019 год	на 2020 год		на 2018 год	на 2019 год	на 2020 год		
		1.Собственные средства-брутто									
		2.Имобилизованные собственные средства									
		3. Собственные средства-нетто									
		4. Валюта баланса									
		5.Коэффициент иммобилизации									
		Задание 4. Анализировать структуру активных операций и составить выводы по группам.									
		Таблица. Анализ структуры и динамики активов КБ.									
		Виды активов банка в публикуемом балансовом счете	Сумма, тыс. руб. 2018	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб. 2019	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб. 2020	Удельный вес, %	Отклоне (+, -)		
		Денежные средства									
		Обязательные резервы									
		Средства кредитных									

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий								Формируемая компетенция
		организаций в Центральном банке РФ								
		Средства в кредитных организациях								
		Чистая ссудная задолженность								
		Чистые вложения в инвестиционные ценные бумаги, удерживаемые до погашения								
		Чистые вложения в инвестиционные ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи								
		Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы								
		Требования по получению процентов								
		Прочие активы								
		Всего активов:								
		Определить активы по группам и показать их структуру.								

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция																																										
5	Контрольная работа по теме 6 «Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка»	Задание 1 Анализ программ ипотечного кредитования Проанализировать условия ипотечных программ любого коммерческого банка с позиции банка и с позиции заемщика. Сформулировать предложения по изменению условий программ и обосновать их. Пример представления исходных данных по ипотечным программам Таблица – <i>Название ипотечной программы</i> <table><tr><td>Цель предоставления кредита:</td><td></td></tr><tr><td>Местонахождение приобретаемой квартиры:</td><td></td></tr><tr><td>Валюта кредита:</td><td></td></tr><tr><td>Срок кредита:</td><td></td></tr><tr><td>Минимальный размер кредита:</td><td></td></tr><tr><td>Максимальный размер кредита:</td><td></td></tr><tr><td>Минимальный размер первоначального взноса:</td><td></td></tr><tr><td>Кому предоставляется кредит:</td><td></td></tr><tr><td>Способ подтверждения дохода:</td><td></td></tr><tr><td>Категория Созаемщик:</td><td></td></tr><tr><td>Минимальный возраст Заемщика/Созаемщика:</td><td></td></tr><tr><td>Максимальный возраст Заемщика/Созаемщика:</td><td></td></tr></table> Процентные ставки и сроки <table><tr><td rowspan="2">Срок кредитования, лет</td><td>Доход, подтвержденный справкой 2-НДФЛ</td><td>Доход, подтвержденный справкой по форме Банка</td></tr><tr><td>рубли РФ</td><td>рубли РФ</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table> Страхование <table><tr><td>Обязательное страхование:</td><td></td></tr><tr><td>Порядок уплаты страховых взносов:</td><td></td></tr></table>	Цель предоставления кредита:		Местонахождение приобретаемой квартиры:		Валюта кредита:		Срок кредита:		Минимальный размер кредита:		Максимальный размер кредита:		Минимальный размер первоначального взноса:		Кому предоставляется кредит:		Способ подтверждения дохода:		Категория Созаемщик:		Минимальный возраст Заемщика/Созаемщика:		Максимальный возраст Заемщика/Созаемщика:		Срок кредитования, лет	Доход, подтвержденный справкой 2-НДФЛ	Доход, подтвержденный справкой по форме Банка	рубли РФ	рубли РФ										Обязательное страхование:		Порядок уплаты страховых взносов:		ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2
Цель предоставления кредита:																																													
Местонахождение приобретаемой квартиры:																																													
Валюта кредита:																																													
Срок кредита:																																													
Минимальный размер кредита:																																													
Максимальный размер кредита:																																													
Минимальный размер первоначального взноса:																																													
Кому предоставляется кредит:																																													
Способ подтверждения дохода:																																													
Категория Созаемщик:																																													
Минимальный возраст Заемщика/Созаемщика:																																													
Максимальный возраст Заемщика/Созаемщика:																																													
Срок кредитования, лет	Доход, подтвержденный справкой 2-НДФЛ	Доход, подтвержденный справкой по форме Банка																																											
	рубли РФ	рубли РФ																																											
Обязательное страхование:																																													
Порядок уплаты страховых взносов:																																													

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий		Формируемая компетенция
		Сборы банка Услуги сторонних организаций Независимый оценщик Тариф нотариуса	Параметры кредита Платежи по возврату кредита Мораторий на досрочное погашение Минимальная сумма досрочного платежа	
6	Контрольная работа по теме 7 «Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка»	Вариант 1. Задание 1. Предположим, что заемщик просит об открытии ему кредитной линии на сумму в 5000000 рублей по ставке 20 %. Результаты проведенной банком оценки показывают, что, скорее всего, заемщику понадобится только 4000000 рублей. Комиссия, которую необходимо уплатить клиенту за обязательство, равна 1 % от суммы неиспользованной кредитной линии. Более того, банк настаивает на поддержании клиентом компенсационных остатков (депозитов) в размере 20 % фактически полученной суммы кредитной линии и в размере 5 % неиспользованной суммы кредитной линии. Требования к резервированию по депозитам, установленные Центральным банком, составляют 10 %. Оценить: 1) совокупный доход по кредиту, 2) чистую сумму предоставляемых банком средств; 3) доходность кредита. Задание 2. Покупатель приобрел цифровую фотокамеру фирмы <i>Canon</i> стоимостью 12,4 тыс. руб. При этом он сразу уплатил 25% стоимости фотокамеры, а на остальную сумму получил кредит на 6 месяцев под простую процентную ставку 16% годовых. Кредит погашается ежемесячными платежами, аннуитетами. Составить план погашения кредита. Задание 3. В условиях предыдущего примера составить план погашения кредита дифференцированным. Вариант 2. Задание 1. Банк 1 ноября продает предприятию дисконтный вексель номиналом 500 тыс. р. Срок платежа по векселю наступает 11 декабря, учетная ставка составляет 10,75% годовых. Требуется вычислить сумму дисконта по векселю. Задание 2.		ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		Кредит был взят под 15% годовых, выплачивать осталось ежеквартально по 500 руб. в течение двух лет. Из-за изменения ситуации на денежном рынке ставка по кредитам снизилась до 7% годовых. В банке согласились с необходимостью пересчета ежеквартальных выплат. Каким должен быть новый размер выплаты? Задание 3. Найти полную стоимость кредита, если известно, что кредитная линия открыта на 1 год, ставка по кредитной линии 13,5%. Предприятие воспользовалось кредитной линией 120000руб. на полгода и через полгода погасила кредит. Единовременная комиссия составила 0,5% от полученной суммы по кредитной линии Вариант 3. Задание 1. При прогнозировании ликвидности финансовый менеджер обнаружил, что в следующем месяце банк будет испытывать нехватку высоколиквидных активов для осуществления текущих платежей клиентов в сумме 5 миллиона рублей, сроком 60 дней. Следовательно, банку необходимо восполнить этот недостаток дополнительным привлечением. Возможно привлечение ресурса в следующих вариантах: 1) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 70 дней по ставке 40% годовых; 2) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 60 дней по ставке 35% годовых. Но кредитор не уверен, что у него не возникнет необходимости в средствах раньше срока договора, что будет закреплено в условиях договора; 3) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 20 дней по ставке 45% годовых и возможность по окончании срока договора привлечь межбанковский займ в сумме 5 млн. на срок 40 дней по ставке 20% годовых. 4) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 30 дней по ставке 33% годовых и возможность по окончании срока договора продлить договор на срок 40 дней по ставке 30% годовых. 5) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 35 дней по ставке 32% годовых и возможность по окончании срока договора продлить его при ставке 37% на срок 25 дней. Проанализировать каждый вариант и принять решение. Задание 2. Найти полную стоимость кредитования (ПСК), если выдается кредит на год, процентная ставка 14,5%, комиссия 0,1% от суммы долга. Страхование кредита 0,2%. Задание 3. Коммерческое предприятие (открытое акционерное общество) обратилось в банк с просьбой о предоставлении кредита на расширение производства стирального порошка в сумме 50 млн. р. сроком на 8 мес. Кредитной политикой банка предусмотрено, что кредиты коммерческим предприятиям не должны превышать 300% собственного капитала банка. На дату подачи заявки кредиты коммерческим	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		предприятиям составили 425961 тыс. р., собственный капитал банка — 152840 тыс. Требуется определить, может ли банк принять заявку на эти цели в указанном объеме в соответствии с кредитной политикой банка. Вариант 4. Задание 1. Банк выдал в начале квартала кредит на сумму 100 тыс. руб. сроком на один месяц по ставке 16% годовых, через месяц – кредит на сумму 200 тыс. руб. сроком на два месяца по ставке 20% годовых. Сколько составит сумма процентов за первый кредит, за второй кредит и общий процентный доход банка? Задание 2. Банк выдал кредиты на сумму 10 млн руб. по ставке 20% годовых, на сумму 5 млн руб. по ставке 22% годовых и на сумму 15 млн руб. по ставке 17% годовых. Какими будут средняя ставка и доход банка по этим кредитам? Рассчитайте общий доход банка. Задание 3. Кредитный договор между коммерческим банком и фирмой-заемщиком предусматривает, что банк предоставляет кредит в размере 3 млн руб., выдавая его по 1 млн руб. в начале каждого года по ставке 18% годовых в течение трех лет. Фирма возвращает долг, выплачивая 1 млн 200 тыс. руб.; 1,5 млн руб.; 1,9 млн руб. в конце третьего, четвертого и пятого годов. Выгодна ли эта операция для банка?	
7	Контрольная работа по теме 8 «Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка»	Задание 1 Используя географические знания, а также способы и приемы составления рекламного сообщения, представьте одну из следующих стран: Австралия, Исландия, остров Бали в виде маркетинговых коммуникативных сообщений (по одному из 3 вариантов): 1. Рекламное сообщение – обращение к потенциальным клиентам и слоган. 2. Презентацию страны для крупных клиентов организаций, туристических фирм. 3. PR-кампанию по поддержке имиджа страны в глазах общественности. Задание 2 Используя знания о коммуникативном процессе и коммуникативных сообщениях, проведите анализ коммуникации: – перечислите основных участников коммуникативного процесса; – опишите содержание коммуникативного сообщения, процесс его кодирования и декодирования; – определите критерии эффективности сообщения и методы улучшения эффективности. Для следующих мероприятий (процессов) по вариантам: 1. Запуск новой линейки банковских продуктов; 2. Трудоустройство на вакантное место в отдел продаж банка; Задание 3	ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		Используя знания о средствах рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций, составьте рекламное сообщение о банковском продукте. Задание 4 1. Выбрать банковскую услугу (на свое усмотрение) и привести примеры использования определенного приема в рекламе (по вариантам студентов). 2. Оцените преимущества и недостатки использования данного приема в телевизионной рекламе.	
8	Тест по теме 9 «Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка»	Вариант 1 1. Элемент банковской деятельности, с которым в первую очередь связан маркетинг, — это: в) банковский продукт; г) организационная структура; 2. «Нулевой спрос» на банковские услуги характеризуется: а) отсутствием спроса; б) отсутствием роста спроса на услугу; в) негативным отношением к услуге. 3. Процесс маркетинга в банке начинается: а) с подготовки плана маркетинга; б) с изучения клиента банка; в) с выполнения разработанного плана; г) все перечисленное. 4. Спрос на банковские услуги означает: а) определение цели и задач банка; б) потребность в каком-либо товаре или услуге; в) порядок определения цен на товары или услуги; г) привлечение и размещение денежных средств. 5. Сегментирование банковского рынка представляет собой: а) определение доходности финансовых вложений; б) расчет окупаемости инвестиционного проекта; в) выявление целевых групп клиентов, на которых концентрируются сбытовые услуги; г) увеличение капитализации предприятия. Вариант 2 1. Банковский маркетинг включает в себя следующие элементы: а) анализ рынка и разработку конкурентной стратегии;	ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		б) государственное регулирование экономики; в) осуществление налогового администрирования; г) валютное регулирование и валютный контроль. 2. Основным источником информации для исследования рынка являются: а) деловые отчеты; б) статистические данные; в) данных из средств массовой информации; г) все перечисленное. 3. Сбытовая политика банка направлена: а) на достижение сбалансированности бюджета; б) на доведение товара до конечного потребителя; в) на обеспечение рентабельности предприятия. 4. Необходимость банковского маркетинга была обусловлена: а) интернационализацией экономических процессов; б) развитием информационных технологий; в) усилением конкуренции на финансовом рынке; г) всем вышеперечисленным. 5. Специфика банковских услуг заключается: а) в адресности, единстве, регулировании; б) в неосязаемости, непостоянстве, несохраняемости; в) в гласности, самостоятельности, сбалансированности; г) в распределении и контроле. Вариант 3 1. К пассивному маркетингу относится: а) опрос населения; в) публикации в прессе; г) личное общение с потенциальным клиентом. 2. Основными приемами банковского маркетинга являются: а) общение с клиентами; б) обеспечение рентабельности; в) создание преимуществ для клиента и материальной заинтересованности для сотрудников; г) все вышеперечисленное. 3. К задачам банковского маркетинга можно отнести:	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		а) достижение определенности, адекватности, независимости; б) обеспечении достоверности, дифференцированности, прибыльности; в) максимизация рентабельности, прибыльности; г) обеспечение гласности, адресности, реальности. 4. Выделяют следующие целевые группы клиентов банка: а) население, предприятия; б) общественные организации; в) финансово-кредитные учреждения; г) все вышеперечисленное 5. Конкурентные преимущества банка достигаются за счет: а) повышения эффективности управления государственным долгом; б) увеличения золотовалютных резервов; в) способности обеспечивать лучшее предложение клиентам; г) всего вышеперечисленного. Вариант 4 1. Анкетирование клиента, опрос населения, личное общение с клиентов – это: а) пассивный маркетинг; б) стимулирование сбыта; в) развивающийся маркетинг. 2. Исследование рынка является: а) элементом маркетинга; б) задачей маркетинга; в) целью маркетинга. 3. Особенность банковского маркетинга заключается: а) в специфичности продукта, производимого банком; б) в том, что это отдельная наука; в) в том, что его осуществление происходит только в банке. 4. Для маркетинга характерен: а) единый подход; б) комплексный подход; в) системный подход. 5. Отметить правильные варианты этапов процесса кредитования: а) погашение ссуды;	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		б) выплата процентов; в) погашение долгов с поставщиками; г) создание архива предприятия.	

5.2 Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Тест	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются баллы. Необходимо указать тип используемой шкалы оценивания. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста:	16 – 20 баллов	5	85% - 100%
		13 – 15 баллов	4	65% - 84%
		6 – 12 баллов	3	41% - 64%
		0 – 5 баллов	2	40% и менее 40%

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. Например: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		
Контрольная работа	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике.	9-12 баллов	5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.	7-8 баллов	4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.	4-6 баллов	3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.	1-3 баллов	2
	НАПРИМЕР: Работа не выполнена.	0 баллов	

5.3 Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Зачет	Вопросы к зачету: 1. Теоретические основы банковского маркетинга. 2. Цели и задачи банковского маркетинга. 3. Содержание и оценка качества банковского маркетинга. 4. Сущность, принципы и функции банковского маркетинга. 5. Основные виды планирования маркетинговой деятельности коммерческих банков. 6. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности коммерческого банка. 7. Составные части банковского маркетинга. 8. Организация сбыта банковской продукции. 9. Понятие и виды банковских инноваций. 10. Стратегии разработки банковских инноваций. 11. Услуги по управлению денежной наличностью и индивидуальное банковское обслуживание. 12. Продуктовые инновации: трастовые услуги, лизинговые сделки 13. Ипотека и проблемы ипотечного кредитования. 14. Ценные бумаги как объект банковского инвестирования. 15. Депозитный сертификат как форма расширения услуг коммерческого банка. 16. Понятие, виды и характеристика банковских продуктов. 17. Стратегия продуктового ряда банка. 18. Стратегия выведения услуги-новинки на рынок. 19. Критерии сегментации рынка банковских услуг. 20. Банковская услуга и её характеристика. 21. Стратегия позиционирования банковских услуг на рынке. 22. Управление продуктовой линейкой банка. 23. Сервисная политика коммерческого банка. 24. Методы и этапы разработки новой банковской услуги. 25. Характеристика элементов микросреды банка. 26. Макросреда банка, её составляющие. 27. Маркетинговая информационная система в коммерческом банке.	ПК-4 ИД-ПК-4.1 ПК-4 ИД-ПК-4.2

	28.Маркетинговые исследования в банковской деятельности. 29.Виды и методы маркетинговых исследований. 30.Анализ состояния рынка банковских услуг. 31.Виды и источники маркетинговой информации. 32.Реализация маркетинговых мероприятий в банке. 33.Контактные аудитории банка: их виды и характеристика. 34.Формирование коммуникационной стратегии банка, основные средства маркетинговых коммуникаций. 35.Система стимулирования сбыта и личное продвижение банковских услуг. 36.Особенности продвижения инновационных банковских услуг на рынок. 37.Содержание и виды банковской рекламы. 38.Связи с общественностью, как инструмент коммуникационной политики банка. 39.Банковская реклама: сущность и проблемное содержание, развитие отдельных форм. 40.Оценка эффективности рекламной компании банка. 41.Маркетинг в банке как особый вид деятельности. 42.Организация управления маркетингом в банке. 43.Практика подготовки маркетинговых исследований рынка. 44.Практика подготовки коммуникационной стратегии банка. 45.Практика подготовки плана и бюджета рекламных мероприятий. 46.Ситуационный анализ в маркетинговой деятельности банка. 47.Понятие и составляющие цены банковского продукта, методы ценообразования банковских продуктов. 48.Инструменты имиджевой политики банка 49.Формирование корпоративного (фирменного) стиля коммерческого банка. 50. Организация клиентской службы коммерческого банка и контроль качества клиентского обслуживания.	
--	---	--

5.4 Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания ¹	
Наименование оценочного средства		100-балльная система ²	Пятибалльная система
Зачет: устный опрос	Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.	12 – 30 баллов	зачтено
	Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.	0 – 11 баллов	не зачтено

5.5 Примерные темы курсовой работы.

Курсовая работа не предусмотрена.

¹ При использовании 100-балльной системы баллы распределяются следующим образом: часть из 100 баллов отводится на промежуточную аттестацию, остальное разделяется между всеми формами текущего контроля с указанием баллов и критериев по соответствующим формам. В сумме максимальное количество набранных баллов равно 100.

² Данный столбец не заполняется, если не используется рейтинговая система.

5.6 Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
<i>Текущий контроль:</i>		
- <i>опрос</i>	<i>0 - 5 баллов</i>	<i>2 – 5 или зачтено/не зачтено</i>
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	<i>0 - 10 баллов</i>	<i>2 – 5 или зачтено/не зачтено</i>
- <i>контрольная работа (темы 1-4)</i>	<i>0 - 20 баллов</i>	<i>2 – 5 или зачтено/не зачтено</i>
- <i>контрольная работа (темы 4-9)</i>	<i>0 - 20 баллов</i>	<i>2 – 5 или зачтено/не зачтено</i>
<i>Промежуточная аттестация (зачет)</i>	<i>0 - 30 баллов</i>	<i>зачтено не зачтено</i>
<i>Итого за семестр (дисциплину)</i> <i>зачёт</i>	<i>0 - 100 баллов</i>	

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов		зачтено
65 – 84 баллов		
41 – 64 баллов		
0 – 40 баллов		не зачтено

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- *групповых дискуссий;*
- *ролевых игр;*
- *анализ ситуаций и имитационных моделей;*
- *поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;*
- *обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа).*

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим

вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	— Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория 1328 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
	– ноутбук, – проектор,
Аудитория №1325: - компьютерный класс для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; -	– Комплект учебной мебели, доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Куршакова, Н. Б.	Банковский маркетинг	учебник	Питер -СПб	2021	http://znanium.com/catalog/product/908230	
2	Спицын И.О.	Маркетинг в банке	учебник	М., ИНФРА-М	2021	http://znanium.com/catalog/product/953150 http://znanium.com/catalog/product/953243	
3	Кудина, М. В.	Финансовый менеджмент:	Учебное пособие	ИНФРА-М	2022	https://znanium.com/read?id=414647	
4.	Лукаевич И.Я.	Финансовый менеджмент: учебник и практикум	Учебник	Юрайт	2023	https://urait.ru/viewer/finansovyy-menedzhment-530723#page/1	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Поляк Г.Б.	Финансовый менеджмент организации.	Учебник	Юрайт	2023	https://urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-507804	
2	Уткин, Э.А.	Банковский маркетинг	Учебное пособие	М., ИНФРА-М	2021	http://znanium.com/catalog/product/437524	
3	Теплякова, Н. А.	Банковский маркетинг	Учебное пособие	М., ИНФРА-М	2021	http://znanium.com/catalog/product/759928	-
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Генералова А.В., Квач Н.М.	Финансовый менеджмент	Методическое пособие	РГУ им. А.Н. Косыгина	2017		5

2	Квач Н.М.	Анализ финансовой отчетности. Часть 1	Учебное пособие	ФГБОУ ВО МГУДТ	2015	https://znanium.com/catalog/document?id=254145	В библиотеке-5, на кафедре-20
3	Квач Н.М.	Анализ финансовой отчетности. Часть 2	Учебное пособие	ФГБОУ ВО МГУДТ	2016	https://znanium.com/catalog/document?id=254145	5 – в библиотеке 2 – на кафедре
4	Макарова Н.С., Квач Н.М.	Стратегическое управление бизнесом	Учебное пособие	ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»	2023		15-в библиотеке, 2- на кафедре-
5	Квач Н.М., Дружинина И.А.	Стратегическое управление финансами	Учебное пособие	ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»	2022		В библиотеке-5, на кафедре-20

11.ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Информация об используемых ресурсах составляется в соответствии с Приложением 3 к ОПОП ВО.

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС ЮРАЙТ» https://urait.ru/
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/
6.	«Национальная электронная библиотека» http://нэб.рф/
7.	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/
8.	Questel SAS https://www.orbit.com/
9.	The Cambridge Crystallographic Data Center https://www.ccdc.cam.ac.uk/
	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/
	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
	«SpringerNature» https://materials.springer.com/ База данных Springer Nature Protocols and Methods: http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols https://www.orbit.com/ Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/ База данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023, в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences,Engineering Package): http://link.springer.com/ База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package.): https://www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/
	SCIENCE INDEX ООО НЭБ http://www.elibrary.ru/
	БД СМИ ООО "ПОЛПРЕД Справочники" http://www.polpred.com

11.2 Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	АЛЬТ-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	АЛЬТ-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры