

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 12:47:17  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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 № 6 от 19 марта 2024 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



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			
<b>Пятый семестр</b>								
ПК-4 ИД-ПК-4.1  ПК-4 ИД-ПК-4.2	<b>Раздел 1. Теоретические основы банковского маркетинга</b>	x	x	x	x	x		
	<b>Тема 1. Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга</b>	2				7	1. Контрольная работа 2. Тестирование	
	Практическое занятие 1. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы		2					
	<b>Тема 2. Маркетинговая стратегия коммерческого банка</b>	2				7		
	Практическое занятие 2. Разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка		2					
	<b>Тема 3. Маркетинговая среда в коммерческом банке</b>	2				7		
	Практическое занятие 3. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами.		2					
	<b>Тема 4. Маркетинговая информационная система коммерческого банка</b>	2				7		
	Практическое занятие 4. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг		2					
	<b>Раздел 2. Инструменты и методы банковского маркетинга</b>	x	x	x	x	x		
	<b>Тема 5. Маркетинговый анализ рынка банковских услуг</b>	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		
	<b>Тема 6.</b> Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 6. Методы ценообразования банка		2				
	<b>Тема 7.</b> Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка	2				7	
	Практическое занятие 7. Анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг		2				
	<b>Тема 8.</b> Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка	1				7	
	Практическое занятие 8. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка		1				
	<b>Тема 9.</b> Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка	1				8	
	Практическое занятие 9. Методы управления маркетинговой деятельностью банка		1				
	<b>зачет</b>						<b>Зачет в устной форме</b>
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>16</b>	<b>16</b>			<b>64</b>	

## 3.4 Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел 1. Теоретические основы банковского маркетинга</b>		
Тема 1	Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность, содержание и функции маркетинга в коммерческом банке.</li> <li>2. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы</li> </ol>
Тема 2	Маркетинговая стратегия коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность, виды и разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка в рамках общекорпоративной стратегии</li> </ol>
Тема 3	Маркетинговая среда в коммерческом банке	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Элементы макро- и микросреды коммерческого банка и факторы их определяющие.</li> <li>2. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами.</li> </ol>
Тема 4	Маркетинговая информационная система коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды маркетинговых исследований, информационные источники, методы обработки информации.</li> <li>2. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг.</li> </ol>
<b>Раздел 2. Инструменты и методы банковского маркетинга</b>		
Тема 5	Маркетинговый анализ рынка банковских услуг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика рынка банковских услуг.</li> <li>2. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг</li> </ol>
Тема 6	Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Банковские продукты и услуги и механизм их ценообразования: основные виды и характеристики</li> </ol>
Тема 7	Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, сущность, элементы и анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг</li> </ol>
Тема 8	Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, сущность, элементы и анализ эффективности рекламной политики коммерческого банка.</li> <li>2. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка</li> </ol>
Тема 9	Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организационные и финансовые аспекты управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке</li> </ol>

## 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;

					<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводит анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;</li> <li>-демонстрирует знания методов экономической диагностики рынка финансовых услуг и характеристики финансовых продуктов и услуг;</li> <li>-применяет способы и технологии мониторинга конъюнктуры рынка банковских услуг.</li> </ul>
повышенный	65 – 84	зачтено			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владеет методами экономической диагностики рынка финансовых услуг;</li> <li>- проводит исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации);</li> <li>- применяет информационно-аналитическую работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;</li> <li>- применяет методы экономической диагностики рынка финансовых услуг;</li> </ul>

					- 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
		<p>а) ценовая политика основывается на издержках производства и обращения</p> <p>б) производится и продается то, что удастся произвести технологически рационально, надежно и с меньшими издержками</p> <p>в) упаковка рассматривается, как средство формирования спроса и стимулирования сбыта и лишь затем как средство хранения, транспортировки товара, удобства торговли</p> <p>г) руководство деятельностью предприятия ориентируется на учет желаний, потребностей и интересов потребителей</p> <p>Вариант 2</p> <p>1. Когда в нашей стране стал применяться маркетинг:</p> <p>а) в период НЭПа</p> <p>б) в период экономических реформ 60-х гг. XX в.</p> <p>в) с началом перестройки</p> <p>г) в первой половине 90-х гг.</p> <p>2. Что такое идеальный товар?</p> <p>а) любой товар, лежащий на прилавке</p> <p>б) товар, полностью удовлетворяющий потребность покупателя</p> <p>в) импортный товар очень высокого качества</p> <p>г) товар, спрос на который очень высок</p> <p>3. Запрос (спрос) – это:</p> <p>а) давнее желание купить японский телевизор</p> <p>б) желание иметь автомобиль иностранного производства</p> <p>в) постоянно испытываемая потребность в еде</p> <p>г) желание приобрести автомобиль - иномарку, подкрепленное финансовыми возможностями</p> <p>4. Что является товаром:</p> <p>а) стихотворения, опубликованные в поэтическом сборнике</p> <p>б) телевизор нового поколения, демонстрируемый на выставке</p> <p>в) целебная минеральная вода, залитая в сосуд непосредственно из источника</p> <p>г) изделие народного промысла, выставленное в музее</p> <p>5. Что означает конкурентоспособность товара:</p> <p>а) возможность товара быть проданным на рынке при наличии конкурирующих товаров</p> <p>б) активная рекламная кампания по отношению к товару</p> <p>в) реализация товара по относительно низкой цене</p> <p>г) положительная реакция на товар во время опроса потенциальных потребителей</p>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>Вариант 3</p> <p>1. Примером человеческих потребностей является:</p> <p>а) потребность человека в пище  б) потребность в безопасности  в) потребность в общении</p> <p>2. Маркетинг – это:</p> <p>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</p> <p>3. Рынок продавца – это такой рынок, на котором:</p> <p>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</p> <p>4. Известны следующие формы конкуренции:</p> <p>а) ценовая  б) неценовая  в) межотраслевая  г) монополистическая</p> <p>5. Какие модели конкуренции характерны для современного рынка:</p> <p>а) монополистическая конкуренция  б) чистая конкуренция  в) чистая монополия  г) олигополия</p> <p>Вариант 4.</p> <p>1. Какие виды деятельности не относятся к предпринимательской:</p> <p>а) предвыборная  б) посредническая  в) благотворительная  г) активная</p> <p>2. Что из перечисленного может относиться к основным факторам предпринимательской деятельности?</p>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>а) основные и оборотные фонды  б) трудовые ресурсы  в) товары  г) все ответы верны</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Вариант 5</p> <p>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</p> <p>2. Олигопсония – это рыночное господство:  а) одного продавца  б) нескольких покупателей  в) одного покупателя  г) нескольких продавцов</p> <p>3. Монополия – это рыночное господство:  а) одного продавца</p>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>б) нескольких покупателей в) одного покупателя г) нескольких продавцов</p> <p>4. Определяющим фактором спроса является: а) изменение доходов потребителей б) изменение вкусов потребителей в) цена товара г) изменение числа покупателей</p> <p>5. Определяющим фактором предложения является: а) изменение технологии производства б) изменение погодных условий в) изменение числа производителей г) цена товара</p> <p>Вариант б.</p> <p>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</p> <p>2. Эластичность предложения зависит от: а) времен года б) уровня товарных запасов в) погодных условий г) от степени удовлетворения потребностей населения в данном товаре</p> <p>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</p> <p>4. Рыночная цена – это цена, при которой: а) на рынке наблюдается избыток товара б) на рынке наблюдается дефицит товара в) товар на рынке отсутствует</p>	



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

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

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>2. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) усиление законодательных норм;</li> <li>б) увеличение возраста потребителей;</li> <li>в) снижение количества населения;</li> <li>г) несовершенство программы маркетинга;</li> </ul> <p>3. Различают следующие уровни товара:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) новый и модифицированный</li> <li>б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;</li> <li>в) товар с упаковкой; товар без упаковки;</li> <li>г) второй сорт, первый сорт, высший сорт</li> </ul> <p>4. Отбор целевых рынков — это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) удовлетворения всех без исключения потребителей;</li> <li>б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется.</li> <li>в) определение места продажи своего товара;</li> <li>г) определение вида продвижения товара.</li> </ul> <p>5. Потребительский рынок формируется:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;</li> <li>б) Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;</li> <li>в) лицами, которые приобретают товары для продажи;</li> <li>г) предприятиями изготовителями готовой продукции</li> </ul> <p>Вариант 10.</p> <p>1. Что является основным в определении сути маркетинга?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) сбыт товаров</li> <li>б) снижение издержек производства</li> <li>а) установление цен на товары</li> <li>г) удовлетворения потребностей потребителей</li> </ul> <p>2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) товарная ориентация</li> <li>б) производственная ориентация</li> <li>в) сбытовая ориентация</li> </ul>	

№ 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»	<b>1. Анализ корпоративного имиджа банка на основе анкетирования</b> 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 border="1" data-bbox="539 919 1823 1299"> <thead> <tr> <th data-bbox="539 919 595 951">№</th> <th data-bbox="595 919 1697 951">Вопрос</th> <th data-bbox="1697 919 1823 951">Оценка</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="539 951 595 991">1</td> <td data-bbox="595 951 1697 991">Наличие единого корпоративного стиля</td> <td data-bbox="1697 951 1823 991"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 991 595 1031">2</td> <td data-bbox="595 991 1697 1031">Наличие регулярно обновляемого сайта</td> <td data-bbox="1697 991 1823 1031"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 1031 595 1094">3</td> <td data-bbox="595 1031 1697 1094">Наличие фирменного стиля (символики), корпоративной сувенирной продукции (календари, ручки, кепки, флажки и пр.)</td> <td data-bbox="1697 1031 1823 1094"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 1094 595 1198">4</td> <td data-bbox="595 1094 1697 1198">Наличие подразделения (сотрудника), отвечающего за организацию и внедрение корпоративного имиджа банка, организацию и проведение корпоративных мероприятий</td> <td data-bbox="1697 1094 1823 1198"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 1198 595 1238">5</td> <td data-bbox="595 1198 1697 1238">Организация мониторинга обратной связи с партнерами и клиентами</td> <td data-bbox="1697 1198 1823 1238"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="539 1238 595 1299">6</td> <td data-bbox="595 1238 1697 1299">Организация освещения деятельности внутри коммерческого банка (экран, витрина, газета, листовки, корпоративные средства массовой информации и пр.)</td> <td data-bbox="1697 1238 1823 1299"></td> </tr> </tbody> </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»	<p>Задание 1 Разработка оценочного листа для сравнительного анализа веб-сайтов банковских организаций.</p> <p>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.</p>						ПК-4 ИД-ПК-4.1  ПК-4 ИД-ПК-4.2																
4	Контрольная работа по теме 5 «Маркетинговый анализ рынка банковских услуг»	<p>Каждый студент выбирает банковскую отчетность на официальном сайте Центрального Банка.</p> <p>Задание 1. Проанализировать собственные средства банка и сделать выводы.</p> <p>Таблица Анализ уровня достаточности капитала</p> <table border="1" data-bbox="539 1102 1794 1272"> <thead> <tr> <th data-bbox="539 1102 589 1203">№ пп</th> <th data-bbox="589 1102 931 1203">Собственные Средства банка</th> <th data-bbox="931 1102 1070 1203">Сумма на 2018 г.</th> <th data-bbox="1070 1102 1209 1203">Удельный вес в %</th> <th data-bbox="1209 1102 1348 1203">Сумма на 2019 г.</th> <th data-bbox="1348 1102 1487 1203">Удельный вес в %</th> <th data-bbox="1487 1102 1626 1203">Сумма на 2020 г.</th> <th data-bbox="1626 1102 1794 1203">Удельный вес в %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="539 1203 589 1272">1</td> <td data-bbox="589 1203 931 1272">Средства акционеров (участников)</td> <td data-bbox="931 1203 1070 1272"></td> <td data-bbox="1070 1203 1209 1272"></td> <td data-bbox="1209 1203 1348 1272"></td> <td data-bbox="1348 1203 1487 1272"></td> <td data-bbox="1487 1203 1626 1272"></td> <td data-bbox="1626 1203 1794 1272"></td> </tr> </tbody> </table>						№ 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)							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, имеющих 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	
		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									
		<b>Всего активов:</b>									
		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»	<p><b>Задание 1 Анализ программ ипотечного кредитования</b> Проанализировать условия ипотечных программ любого коммерческого банка с позиции банка и с позиции заемщика. Сформулировать предложения по изменению условий программ и обосновать их.</p> <p><b>Пример представления исходных данных по ипотечным программам</b> Таблица – <i>Название ипотечной программы</i></p> <table border="1" data-bbox="539 411 1839 970"> <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> <p style="text-align: center;"><b>Процентные ставки и сроки</b></p> <table border="1" data-bbox="539 1002 1839 1217"> <thead> <tr> <th>Срок кредитования, лет</th> <th>Доход, подтвержденный справкой 2-НДФЛ рубли РФ</th> <th>Доход, подтвержденный справкой по форме Банка рубли РФ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Страхование</b></p> <table border="1" data-bbox="539 1249 1839 1347"> <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 рубли РФ	Доход, подтвержденный справкой по форме Банка рубли РФ										Обязательное страхование:		Порядок уплаты страховых взносов:		<p>ПК-4 ИД-ПК-4.1</p> <p>ПК-4 ИД-ПК-4.2</p>
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 рубли РФ	Доход, подтвержденный справкой по форме Банка 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		
		<b>Параметры кредита</b>		
		Платежи по возврату кредита		
		Мораторий на досрочное погашение		
		Минимальная сумма досрочного платежа		
6	Контрольная работа по теме 7 «Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка»	<p style="text-align: center;">Вариант 1.</p> <p>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 %.</p> <p>Оценить: 1) совокупный доход по кредиту, 2) чистую сумму предоставляемых банком средств; 3) доходность кредита.</p> <p>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.</p> <p>Задание 3. В условиях предыдущего примера составить план погашения кредита дифференцированным.</p> <p style="text-align: center;">Вариант 2.</p> <p>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.</p> <p>Задание 2.</p>		<p>ПК-4 ИД-ПК-4.1</p> <p>ПК-4 ИД-ПК-4.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>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.</p> <p>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</p> <p style="text-align: center;">Вариант 3.</p> <p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 70 дней по ставке 40% годовых;</li> <li>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;</li> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> </ol> <p>Проанализировать каждый вариант и принять решение.</p> <p>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%.</p> <p>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</p>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>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.</p> <p style="text-align: center;">Вариант 4.</p> <p>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?</p> <p>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.</p> <p>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?</p>	
7	Контрольная работа по теме 8 «Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка»	<p>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):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекламное сообщение – обращение к потенциальным клиентам и слоган.</li> <li>2. Презентацию страны для крупных клиентов организаций, туристических фирм.</li> <li>3. PR-кампанию по поддержке имиджа страны в глазах общественности.</li> </ol> <p>Задание 2 Используя знания о коммуникативном процессе и коммуникативных сообщениях, проведите анализ коммуникации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– перечислите основных участников коммуникативного процесса;</li> <li>– опишите содержание коммуникативного сообщения, процесс его кодирования и декодирования;</li> <li>– определите критерии эффективности сообщения и методы улучшения эффективности.</li> </ul> <p>Для следующих мероприятий (процессов) по вариантам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Запуск новой линейки банковских продуктов;</li> <li>2. Трудоустройство на вакантное место в отдел продаж банка;</li> </ol> <p>Задание 3</p>	<p>ПК-4 ИД-ПК-4.1</p> <p>ПК-4 ИД-ПК-4.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>Используя знания о средствах рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций, составьте рекламное сообщение о банковском продукте.</p> <p>Задание 4</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбрать банковскую услугу (на свое усмотрение) и привести примеры использования определенного приема в рекламе (по вариантам студентов).</li> <li>2. Оцените преимущества и недостатки использования данного приема в телевизионной рекламе.</li> </ol>	
8	Тест по теме 9 «Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка»	<p><b>Вариант 1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Элемент банковской деятельности, с которым в первую очередь связан маркетинг, — это:             <ol style="list-style-type: none"> <li>в) банковский продукт;</li> <li>г) организационная структура;</li> </ol> </li> <li>2. «Нулевой спрос» на банковские услуги характеризуется:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) отсутствием спроса;</li> <li>б) отсутствием роста спроса на услугу;</li> <li>в) негативным отношением к услуге.</li> </ol> </li> <li>3. Процесс маркетинга в банке начинается:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) с подготовки плана маркетинга;</li> <li>б) с изучения клиента банка;</li> <li>в) с выполнения разработанного плана;</li> <li>г) все перечисленное.</li> </ol> </li> <li>4. Спрос на банковские услуги означает:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) определение цели и задач банка;</li> <li>б) потребность в каком-либо товаре или услуге;</li> <li>в) порядок определения цен на товары или услуги;</li> <li>г) привлечение и размещение денежных средств.</li> </ol> </li> <li>5. Сегментирование банковского рынка представляет собой:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) определение доходности финансовых вложений;</li> <li>б) расчет окупаемости инвестиционного проекта;</li> <li>в) выявление целевых групп клиентов, на которых концентрируются сбытовые услуги;</li> <li>г) увеличение капитализации предприятия.</li> </ol> </li> </ol> <p><b>Вариант 2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Банковский маркетинг включает в себя следующие элементы:             <ol style="list-style-type: none"> <li>а) анализ рынка и разработку конкурентной стратегии;</li> </ol> </li> </ol>	<p>ПК-4 ИД-ПК-4.1</p> <p>ПК-4 ИД-ПК-4.2</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>б) государственное регулирование экономики;  в) осуществление налогового администрирования;  г) валютное регулирование и валютный контроль.</p> <p>2. Основным источником информации для исследования рынка являются:  а) деловые отчеты;  б) статистические данные;  в) данных из средств массовой информации;  г) все перечисленное.</p> <p>3. Сбытовая политика банка направлена:  а) на достижение сбалансированности бюджета;  б) на доведение товара до конечного потребителя;  в) на обеспечение рентабельности предприятия.</p> <p>4. Необходимость банковского маркетинга была обусловлена:  а) интернационализацией экономических процессов;  б) развитием информационных технологий;  в) усилением конкуренции на финансовом рынке;  г) всем вышеперечисленным.</p> <p>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.</p> <p><b>Вариант 3</b></p> <p>1. К пассивному маркетингу относится:  а) опрос населения;  в) публикации в прессе;  г) личное общение с потенциальным клиентом.</p> <p>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.</p> <p>3. К задачам банковского маркетинга можно отнести:</p>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>а) достижение определенности, адекватности, независимости;  б) обеспечении достоверности, дифференцированности, прибыльности;  в) максимизация рентабельности, прибыльности;  г) обеспечение гласности, адресности, реальности.</p> <p>4. Выделяют следующие целевые группы клиентов банка:  а) население, предприятия;  б) общественные организации;  в) финансово-кредитные учреждения;  г) все вышеперечисленное</p> <p>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.</p> <p><b>Вариант 4</b></p> <p>1. Анкетирование клиента, опрос населения, личное общение с клиентов – это:  а) пассивный маркетинг;  б) стимулирование сбыта;  в) развивающийся маркетинг.</p> <p>2. Исследование рынка является:  а) элементом маркетинга;  б) задачей маркетинга;  в) целью маркетинга.</p> <p>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.</p> <p>4. Для маркетинга характерен:  а) единый подход;  б) комплексный подход;  в) системный подход.</p> <p>5. Отметить правильные варианты этапов процесса кредитования:  а) погашение ссуды;</p>	



№ 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 выставляются 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
	<p>общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. Например:</p> <p>«2» - равно или менее 40%</p> <p>«3» - 41% - 64%</p> <p>«4» - 65% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%</p>		
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
<i>Зачет</i>	<p>Вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретические основы банковского маркетинга.</li> <li>2. Цели и задачи банковского маркетинга.</li> <li>3. Содержание и оценка качества банковского маркетинга.</li> <li>4. Сущность, принципы и функции банковского маркетинга.</li> <li>5. Основные виды планирования маркетинговой деятельности коммерческих банков.</li> <li>6. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности коммерческого банка.</li> <li>7. Составные части банковского маркетинга.</li> <li>8. Организация сбыта банковской продукции.</li> <li>9. Понятие и виды банковских инноваций.</li> <li>10. Стратегии разработки банковских инноваций.</li> <li>11. Услуги по управлению денежной наличностью и индивидуальное банковское обслуживание.</li> <li>12. Продуктовые инновации: трастовые услуги, лизинговые сделки</li> <li>13. Ипотека и проблемы ипотечного кредитования.</li> <li>14. Ценные бумаги как объект банковского инвестирования.</li> <li>15. Депозитный сертификат как форма расширения услуг коммерческого банка.</li> <li>16. Понятие, виды и характеристика банковских продуктов.</li> <li>17. Стратегия продуктового ряда банка.</li> <li>18. Стратегия выведения услуги-новинки на рынок.</li> <li>19. Критерии сегментации рынка банковских услуг.</li> <li>20. Банковская услуга и её характеристика.</li> <li>21. Стратегия позиционирования банковских услуг на рынке.</li> <li>22. Управление продуктовой линейкой банка.</li> <li>23. Сервисная политика коммерческого банка.</li> <li>24. Методы и этапы разработки новой банковской услуги.</li> <li>25. Характеристика элементов микросреды банка.</li> <li>26. Макросреда банка, её составляющие.</li> <li>27. Маркетинговая информационная система в коммерческом банке.</li> </ol>	<p>ПК-4 ИД-ПК-4.1</p> <p>ПК-4 ИД-ПК-4.2</p>

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

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

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания <sup>1</sup>	
Наименование оценочного средства		100-балльная система <sup>2</sup>	Пятибалльная система
Зачет: устный опрос	<i>Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.</i>	12 – 30 баллов	зачтено
	<i>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.</i>	0 – 11 баллов	не зачтено

## 5.5 Примерные темы курсовой работы.

Курсовая работа не предусмотрена.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

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

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

<b>100-балльная система</b>	<b>пятибалльная система</b>	
	<b>зачет с оценкой/экзамен</b>	<b>зачет</b>
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.
<b>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1</b>	
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:

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>
	– 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.
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

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

<b>Необходимое оборудование</b>	<b>Параметры</b>	<b>Технические требования</b>
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	<a href="http://znanium.com/catalog/product/908230">http://znanium.com/catalog/product/908230</a>	
2	Спицын И.О.	Маркетинг в банке	учебник	М., ИНФРА-М	2021	<a href="http://znanium.com/catalog/product/953150">http://znanium.com/catalog/product/953150</a> <a href="http://znanium.com/catalog/product/953243">http://znanium.com/catalog/product/953243</a>	
3	Кудина, М. В.	Финансовый менеджмент:	Учебное пособие	ИНФРА-М	2022	<a href="https://znanium.com/read?id=414647">https://znanium.com/read?id=414647</a>	
4.	Лукаевич И.Я.	Финансовый менеджмент: учебник и практикум	Учебник	Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/viewer/finansovyy-menedzhment-530723#page/1">https://urait.ru/viewer/finansovyy-menedzhment-530723#page/1</a>	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Поляк Г.Б.	Финансовый менеджмент организации.	Учебник	Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-507804">https://urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-507804</a>	
2	Уткин, Э.А.	Банковский маркетинг	Учебное пособие	М., ИНФРА-М	2021	<a href="http://znanium.com/catalog/product/437524">http://znanium.com/catalog/product/437524</a>	
3	Теплякова, Н. А.	Банковский маркетинг	Учебное пособие	М., ИНФРА-М	2021	<a href="http://znanium.com/catalog/product/759928">http://znanium.com/catalog/product/759928</a>	-
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	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=254145">https://znanium.com/catalog/document?id=254145</a>	В библиотеке-5, на кафедре-20
3	Квач Н.М.	Анализ финансовой отчетности. Часть 2	Учебное пособие	ФГБОУ ВО МГУДТ	2016	<a href="https://znanium.com/catalog/document?id=254145">https://znanium.com/catalog/document?id=254145</a>	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

### 11.1 Ресурсы 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» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС ЮРАЙТ» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a>
6.	«Национальная электронная библиотека» <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>
7.	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">https://onlinelibrary.wiley.com/</a>
8.	Questel SAS <a href="https://www.orbit.com/">https://www.orbit.com/</a>
9.	The Cambridge Crystallographic Data Center <a href="https://www.ccdc.cam.ac.uk/">https://www.ccdc.cam.ac.uk/</a>
	<b>Профессиональные базы данных, информационные справочные системы</b>
	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">https://onlinelibrary.wiley.com/</a>
	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
	«SpringerNature» <a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a> База данных Springer Nature Protocols and Methods: <a href="http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols">http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols</a> <a href="https://www.orbit.com/">https://www.orbit.com/</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a> 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): <a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a> База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package.): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a>
	SCIENCE INDEX ООО НЭБ <a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a>
	БД СМИ ООО "ПОЛПРЕД Справочники" <a href="http://www.polpred.com">http://www.polpred.com</a>

## 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:

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