МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина»

(Технологии. Дизайн. Искусство.)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ** |
|  | Проректор  по учебно-методической работе  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Г. Дембицкий |
|  | «28» июня 2018г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Банковский маркетинг**

|  |  |
| --- | --- |
| **Уровень освоения основной**  **профессиональной**  **образовательной программы** | академический бакалавриат |
| **Направление подготовки** | 38.03.01 «Экономика» |
| **Профиль/специализация** | Финансы и кредит |
| **Формы обучения** | очная, заочная |
| **Нормативный срок освоения ОПОП** | 4 года |
| **Институт (факультет)** | Экономики и менеджмента |
| **Кафедра** | Финансов и бизнес-аналитики |

**Начальник учебно-методического**

**управления \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** Е.Б. Никитаева

**Москва, 2018 г.**

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

* ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»*,* утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ «12» ноября 20 15 г., № 1327 ;
* Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» для профиля Финансы и кредит, утвержденная Ученым советом университета \_28.06 20\_18 г., протокол № \_\_8\_\_

**Разработчик(и):**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Доцент |  |  |  | Н.И. Ингман |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Финансов и бизнес-аналитики «5» июня 2018 г., протокол № 12.

**Руководитель ОПОП \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Ю. Ильин**

**Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.М. Квач**

**Директор института \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.Ф. Морозова**

«21» июня 2018 г.

**1. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Банковский маркетинг» включена в вариативную часть БлокаI.

**2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РАМКАХ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Таблица 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код компетенции** | **Формулировка компетенций в соответствии с ФГОС ВО** |
| **ПК-24** | способность осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов, межбанковские расчеты, расчеты по экспортно-импортным операциям |
| **ПК-25** | способность оценивать кредитоспособность клиентов, осуществлять и оформлять выдачу и сопровождение кредитов, проводить операции на рынке межбанковских кредитов, формировать и регулировать целевые резервы |
| **ПК-26** | способность осуществлять активно-пассивные и посреднические операции с ценными бумагами |
| **ПК-27** | способность готовить отчетность и обеспечивать контроль за выполнением резервных требований Банка России |

**3. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1 Структура учебной дисциплины для обучающихся очной формы обучения**

**Таблица 2.1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | **Объем дисциплины по семестрам** | **Общая трудоемкость** |
| **№ сем. 6** |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | | 3 | 3 |
| Объем дисциплины в часах | | 108 | 108 |
| **Аудиторные занятия (всего)** | | 76 | 76 |
| в том числе в часах: | Лекции (Л) | 38 | 38 |
| Практические занятия (ПЗ) | 38 | 38 |
| Семинарские занятия (С) |  |  |
| Лабораторные работы (ЛР) |  |  |
| Индивидуальные занятия (ИЗ) |  |  |
| **Самостоятельная работа студента в семестре , час** | | 32 | 32 |
| **Самостоятельная работа студента в период промежуточной аттестации, час** | |  |  |
| **Форма промежуточной аттестации** | | | |
|  | Зачет | зачет | зачет |

**3.2 Структура учебной дисциплины для обучающихся заочной формы обучения**

**Таблица 2.2**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | **Объем дисциплины по курсу (курсам)** | | | | **Общая трудоемкость** |
| **Установочная сессия** | **Зимняя сессия** | **Летняя сессия** | **……….** |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | | 3 | | | | 3 |
| Объем дисциплины в часах | |  | 62 | 46 |  | 108 |
| **Аудиторные занятия (всего)** | |  | 16 |  |  | 16 |
| в том числе в часах: | Лекции (Л) |  | 8 |  |  | 8 |
| Практические занятия (ПЗ) |  | 8 |  |  | 8 |
| Семинарские занятия (С) |  |  |  |  |  |
| Лабораторные работы (ЛР) |  |  |  |  |  |
| Индивидуальные занятия (ИЗ) |  |  |  |  |  |
| **Самостоятельная работа студента в семестре , час** | |  | 46 | 42 |  | 88 |
| **Самостоятельная работа студента в период промежуточной аттестации , час** | |  |  | 4 |  | 4 |
| **Форма промежуточной аттестации** | | | | | | |
|  | Зачет (зач.) |  |  | зачет |  | Зачет |
|  | Дифференцированный зачет ( диф.зач.) |  |  |  |  |  |
|  | Экзамен (экз.) |  |  |  |  |  |
|  | Курсовая работа/Курсовой  проект |  |  |  |  |  |

**4. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**4.1 Содержание разделов учебной дисциплины для обучающихся очной формы обучения**

**Таблица 3.1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Лекции** | | **Наименование практических (семинарских) занятий** | | **Наименование лабораторных работ** | | **Итого по учебному плану** | **Форма текущего и промежуточного контроля успеваемости**  **(оценочные средства)** |
| Тематика  лекции | Трудоемкость, час | Тематика  практического  занятия | Трудоемкость, час | Тематика лабораторной работы | Трудоемкость, час |
| **Семестр №6** | | | | | | | | **Текущий контроль успеваемости:**  *тестирование компьютерное (ТСк),*  *реферат (Реф)*  *задания для самостоятельной работы (СР)*  **Промежуточная аттестация:**  *зачет (Зач)* |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Раздел I Теоретические аспекты банковского маркетинга | Тема 1 Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга | *4* | Сущность, содержание и функции маркетинга в коммерческом банке. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы | *4* |  |  | *8* |
| Тема 2 Маркетинговая стратегия коммерческого банка | *4* | Сущность, виды и разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка в рамках общекорпоративной стратегии | *4* |  |  | *8* |
| Тема 3 Маркетинговая среда в коммерческом банке | *4* | Элементы макро- и микросреды коммерческого банка и факторы их определяющие. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами. | *4* |  |  | *8* |
| Тема 4 Маркетинговая информационная система коммерческого банка | *4* | Виды маркетинговых исследований, информационные источники, методы обработки информации. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг. | *4* |  |  | *8* |
| Тема 5 Маркетинговый анализ рынка банковских услуг | *4* | Характеристика рынка банковских услуг. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг | *4* |  |  | *8* |
| Раздел II Банковский маркетинг как система и механизм управления банковскими продуктами коммерческого банка | Тема 6 Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка | *6* | Банковские продукты и услуги и механизм их ценообразования: основные виды и характеристики | *6* |  |  | *12* |
| Тема 7 Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка | *4* | Понятие, сущность, элементы и анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг | *4* |  |  | *8* |
| Тема 8 Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка | *4* | Понятие, сущность, элементы и анализ эффективности рекламной политики коммерческого банка. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка | *4* |  |  | *8* |
| Тема 9 Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка | *4* | Организационные и финансовые аспекты управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке | *4* |  |  | *8* |
| Всего: | | *38* | Всего: | *38* | *Всего* |  | *76* |

**4.2 Содержание разделов учебной дисциплины для обучающихся заочной формы обучения**

**Таблица 3.2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Лекции** | | **Наименование практических (семинарских) занятий** | | **Наименование лабораторных работ** | | **Итого по учебному плану** | **Форма текущего и промежуточного контроля успеваемости**  **(оценочные средства)** |
| Тематика  лекции | Трудоемкость, час | Тематика  практического  занятия | Трудоемкость, час | Тематика лабораторной работы | Трудоемкость, час |
| **Курс №5** | | | | | | | | **Текущий контроль успеваемости:**  *ТСк, Реф СР*  **Промежуточная аттестация:**  *Зач* |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Раздел I Теоретические аспекты банковского маркетинга | Тема 1 Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга | *1* | Сущность, содержание и функции маркетинга в коммерческом банке. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы | *-* |  |  | *1* |
| Тема 2 Маркетинговая стратегия коммерческого банка | *1* | Сущность, виды и разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка в рамках общекорпоративной стратегии |  |  |  | *1* |
| Тема 3 Маркетинговая среда в коммерческом банке | *-* | Элементы макро- и микросреды коммерческого банка и факторы их определяющие. 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. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг. | *4* |  |  | *5* |
| Тема 5 Маркетинговый анализ рынка банковских услуг | *1* | Характеристика рынка банковских услуг. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг | *2* |  |  | *3* |
| Раздел II Банковский маркетинг как система и механизм управления банковскими продуктами коммерческого банка | Тема 6 Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка | *1* | Банковские продукты и услуги и механизм их ценообразования: основные виды и характеристики | *2* |  |  | *3* |
| Тема 7 Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка | *1* | Понятие, сущность, элементы и анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг | *-* |  |  | *1* |
| Тема 8 Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка | *1* | Понятие, сущность, элементы и анализ эффективности рекламной политики коммерческого банка. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка | *-* |  |  | *1* |
| Тема 9 Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка | *1* | Организационные и финансовые аспекты управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке | *-* |  |  | *1* |
| Всего: | | *8* | Всего: | *8* | *Всего* |  | *16* |

**5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**5.1 Самостоятельная работа для обучающихся очной формы обучения**

**Таблица 4.1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Содержание самостоятельной работы** | **Трудоемкость в часах** |
| **1** | **3** | **4** | **5** |
| **Семестр № 6** | | | |
| **1** | Раздел I Теоретические аспекты банковского маркетинга | Изучение конспектов и учебной литературы, подготовка к тестированию, выполнение заданий для самостоятельной работы, написание реферата | 12 |
| **2** | Раздел II Банковский маркетинг как система и механизм управления банковскими продуктами коммерческого банка | Изучение конспектов и учебной литературы, подготовка к тестированию, выполнение заданий для самостоятельной работы, написание реферата | 20 |
| **Общий объем самостоятельной работы обучающегося** | | | 32 |

**5.2 Самостоятельная работа для обучающихся заочной формы обучения**

**Таблица 4.2**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела учебной дисциплины** | **Содержание самостоятельной работы** | **Трудоемкость в часах** |
| **1** | **3** | **4** | **5** |
| **Курс № 5 зимняя сессия** | | | |
| **1** | Раздел I Теоретические аспекты банковского маркетинга | Изучение конспектов и учебной литературы, подготовка к тестированию, выполнение заданий для самостоятельной работы, написание реферата | 46 |
| **Объем самостоятельной работы в период зимней сессии обучающегося** | | | 46 |
| **Курс № 5 летняя сессия** | | | |
| **2** | Раздел II Банковский маркетинг как система и механизм управления банковскими продуктами коммерческого банка | Изучение конспектов и учебной литературы, подготовка к тестированию, выполнение заданий для самостоятельной работы, написание реферата | 42 |
| **3** | Самостоятельная работа студента в период промежуточной аттестации | Подготовка промежуточной аттестации (зачет) | 4 |
| **Объем самостоятельной работы в период летней сессии обучающегося** | | | 46 |
| **Общий объем самостоятельной работы обучающегося** | | | 92 |

**6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1 Связь результатов освоения дисциплины с уровнем сформированности заявленных компетенций в рамках изучаемой дисциплины**

**Таблица 5**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код**  **компетенции** | **Уровни сформированности заявленных компетенций в рамках изучаемой дисциплины** | **Шкалы**  **оценивания**  **компетенций** |
| **ПК-24** | **Пороговый**  **Знать** характеристики основных расчетно-кассовых операций  **Уметь** рассчитывать показатели эффективности расчетно-кассовых операций  **Владеть** навыками классификации операционных рисков | оценка 3 |
| **Повышенный**  **Знать** специфику основных расчетно-кассовых операций коммерческого банка  **Уметь** анализировать и оценивать эффективность расчетно-кассовых операций  **Владеть** методами анализа операционными рисками | оценка 4 |
| **Высокий**  **Знать** технологию осуществления основных расчетно-кассовых операций коммерческого банка  **Уметь** выявлять и оценивать операционные риски  **Владеть** методами управления операционными рисками | оценка 5 |
| **ПК-25** | **Пороговый**  **Знать** характеристики основных кредитных операций  **Уметь** классифицировать риски кредитной деятельности банка  **Владеть** навыками оценки кредитоспособности заемщиков | оценка 3 |
| **Повышенный**  **Знать** специфику кредитных операций коммерческого банка  **Уметь** анализировать и прогнозировать возможности возникновения кредитных рисков  **Владеть** навыками сравнительной оценки кредитных продуктов | оценка 4 |
| **Высокий**  **Знать** технологию осуществления кредитных операций  **Уметь** использовать методы и способы управления кредитными рисками  **Владеть** навыками организации и управления кредитной деятельностью банка | оценка 5 |
| **ПК-26** | **Пороговый**  **Знать** пассивные и активные операции коммерческого банка  **Уметь** оценивать качество активов банка  **Владеть** навыками анализа эффективности банковских операций | оценка 3 |
| **Повышенный**  **Знать** направления минимизации рисков активных и пассивных операций коммерческого банка  **Уметь** анализировать эффективность активных и пассивных операций  **Владеть** навыками использования финансовых инструментов | оценка 4 |
| **Высокий**  **Знать** принципы и способы сбалансированного управления пассивами и активами банка  **Уметь** анализировать ситуацию на рынке банковских услуг  **Владеть**навыками разработки банковских инноваций | оценка 5 |
| **ПК-27** | **Пороговый**  **Знать** основные формы отчетности коммерческого банка  **Уметь** анализировать и оценивать структуру баланса банка  **Владеть** навыками расчета основных показателей эффективности | оценка 3 |
| **Повышенный**  **Знать** основные нормативы банковской деятельности  **Уметь** использовать разнообразные приемы и методы банковской аналитики  **Владеть** методикой расчета основных финансовых показателей банковской деятельности на основе отчетности | оценка 4 |
| **Высокий**  **Знать** методику анализа финансового состояния коммерческого банка на основе бухгалтерской отчетности  **Уметь** анализировать финансовую отчетность коммерческого банка и интерпретировать результаты анализа  **Владеть** навыками расчета и прогнозирования финансовых результатов деятельности коммерческого банка | оценка 5 |
| **Результирующая оценка** | |  |

**6.2 Оценочные средства для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

Оценочные средства для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

**Таблица 6**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Категории студентов** | **Виды оценочных средств** | **Форма контроля** | **Шкала оценивания** |
| С нарушением слуха | Компьютерное тестирование, рефераты, задания для самостоятельной работы | Преимущественно письменная проверка, организация контроля с использование ресурса EDMODO.com | В соответствии со шкалой оценивания, указанной в  Таблице 5 |
| С нарушением зрения | Контрольные вопросы | Преимущественно устная проверка (индивидуально) |
| С нарушением опорно- двигательного аппарата | Компьютерное тестирование, рефераты, задания для самостоятельной работы | Письменная проверка, организация контроля с использование ресурса EDMODO.com |

**7. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ,**

**НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ** **УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ,**

**ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Семестр № 6**

**7.1 Для текущей аттестации:**

**7.1.1 Перечень тем рефератов по дисциплине:**

1. Цели, задачи банковского маркетинга на современном этапе. Понятие «качество банковского маркетинга», его содержание и оценка.
2. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности коммерческого банка.
3. Бизнес-планирование в рамках продуктовой политики коммерческого банка.
4. Финансовое планирование деятельности коммерческого банка.
5. Содержание и составные части банковского маркетинга.
6. Сбытовая политика в банковском бизнесе.
7. Организация сбыта банковской продукции.
8. Система управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке.
9. Понятие и виды банковских инноваций. Стратегии разработки банковских инноваций.
10. Услуги по управлению денежной наличностью и индивидуальное банковское обслуживание.
11. Продуктовые инновации: трастовые услуги, лизинговые сделки
12. Ипотека и проблемы ипотечного кредитования.
13. Ценные бумаги как объект банковского инвестирования.
14. Депозитный сертификат как форма расширения услуг коммерческого банка.
15. Управление кредитом в коммерческом банке. Управление кредитным риском.
16. Анализ кредитоспособности заемщика.
17. Основные концепции банковского маркетинга.
18. Особенности управления маркетинговой деятельностью коммерческого банка.
19. Сегментация на рынке банковских услуг.
20. Оценка эффективности рекламной политики коммерческого банка.

**7.1.2 Задания для самостоятельной работы:**

**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.

**Задание 2 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 – *Название ипотечной программы*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 Заемшика/Созаемщика: | | |  | |
| **Процентные ставки и сроки** | | | | |
| Срок кредитования, лет | Доход, подтвержденный справкой 2-НДФ | | | Доход, подтвержденный справкой по форме Банка |
| рубли РФ | | | рубли РФ |
|  |  | | |  |
|  |  | | |  |
|  |  | | |  |
| **Страхование** | | | | |
| Обязательное страхование: | |  | | |
| Порядок уплаты страховых взносов: | |  | | |
| Сборы банка | |  | | |
| Услуги сторонних организаций | |  | | |
| Независимый оценщик | |  | | |
| Тариф нотариуса | |  | | |
| **Параметры кредита** | | | | |
| Платежи по возврату кредита | |  | | |
| Мораторий на досрочное погашение | |  | | |
| Минимальная сумма досрочного платежа | |  | | |

**Задание 3 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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | 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.) |  |
| 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 |  |

**7.1.3 Примеры тестовых заданий:**

1. **Управление банковской деятельностью представляет собой:**

процесс планирования, организации, регулирования и контроля



процесс анализа и контроля



процесс изучения деятельности банка и структуры персонала



нет правильного ответа



1. **Цель современного банковского маркетинга:**

положительный имидж банка



максимизация прибыли банка



удовлетворение потребностей клиентов банка



1. **Элементами макросреды банка являются:**

клиенты



конкуренты



национальный банковский совет



совет директоров



1. **Элементами микросреды банка являются:**

клиенты



конкуренты



национальный банковский совет



совет директоров



1. **Особенностью банковского продукта является:**

нематериальный характер



повышенный спрос



денежный характер



все ответы верны



1. **Сбытовая политика реализуется через:**

корпоративную рекламу



имиджевую рекламу



продуктовую рекламу



1. **Реклама ипотечного продукта коммерческого банка - это:**

корпоративная реклама



имиджевая реклама



продуктовая реклама



1. **Прогнозирование является основой планирования:**

оперативного



текущего



перспективного



1. **Финансовая стратегия — это:**

определение долговременного курса в области корпоративных финансов, направленного на реализацию миссии



решение задач конкретного этапа развития финансов



разработка новых методов распределения денежных средств



1. **Деятельность коммерческих банков характеризуется как финансовое посредничество.**

True



False



1. **Директорский опцион — это:**

поощрение менеджера за успешную работу определенным количеством бесплатных акций



поощрение менеджера за успешную работу определенным количеством акций, которые он может купить по льготной цене



поощрение менеджера за успешную работу в виде выделенного денежного фонда



первоочередность продажи акций в случае объявления тендера



1. **В области маркетинга коммерческим банком формируется следующие виды политик:**

инновационная, консервативная



конкурентная, ассортиментная, ценовая, рекламная политики



упреждающего действия, адекватного ответа, пассивной защиты



инновационная, консервативная



1. **Стратегия роста предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Комбинированная стратегия предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Стратегия сокращения предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Стратегия умеренного роста предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Стратегия лидерства в снижении издержек предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Стратегия дифференциации предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг



агрессивную конкурентную политику, вытеснение конкурентов с использованием наиболее жестких, часто не легитимных методов



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **Стратегия фокусирования предполагает:**

получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат



концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях



достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка банковских услуг



агрессивную конкурентную политику



качественное улучшение рыночных позиций



вынужденное или запланированное сокращение обсуживаемого банком сегмента рынка



различные темпы развития видов деятельности кредитной организации



1. **. Главной целью банковского маркетинга является:**

обеспечение бесперебойного кругооборота средств;



увеличение выручки от реализации банковских услуг;



снабжение коммерческого банка материальными ресурсами;



повышение благосостояния собственников (владельцев) организации в текущей и долгосрочной перспективе.



**7.2 Для промежуточной аттестации:**

**7.2.1 Перечень вопросов 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.
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.

**8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебный процесс по дисциплине осуществляется в лекционном зале и компьютерных аудиториях университета. Для успешного освоения дисциплины используются интерактивные средства обучения: камера, портативный компьютер, экран, проектор.

Сведения об оснащенности образовательного процесса специализированным и лабораторным оборудованием указаны в таблице 7.

**Таблица 7**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование учебных аудиторий (лабораторий) и помещений для самостоятельной работы** | **Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы** |
| **119071 г. Москва, ул. М. Калужская , д.1, стр. 2** | |
| Аудитория №1325:  - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;  - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятии и профилактических работ время). | Комплект учебной мебели, доска меловая,  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. |
| Аудитория №1537 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №1333 | Шкафы для книг |
| **119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, д.1, стр.3** | |
| Аудитория №1154 - читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. | Шкафы и стеллажи для книг и выставок, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 3 рабочих места для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации. |
| Аудитория №1155 - читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. | Каталоги, комплект учебной мебели, трибуна, 2 рабочих места для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации. |
| Аудитория №1156 - читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. | Стеллажи для книг, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 8 рабочих места для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации. |

**9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Таблица 8**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор** | **Наименование издания** | **Вид издания** | **Издательство** | | **Год**  **издания** | **Адрес сайта ЭБС**  **или электронного ресурса** | | **Количество экземпляров в библиотеке Университета** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 6 | 7 | | 8 |
| **9.1 Основная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Русанова О. М. | Банковский менеджмент | Учебник | М., Инфра-М | | 2017 | http://znanium.com/catalog/product/908230 | |  |
| 2 | Исаев Р.А. | Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг: в 2-х т. | Учебник | М., Инфра-М | | 2018 | <http://znanium.com/catalog/product/953150>  http://znanium.com/catalog/product/953243 | |  |
| 3 | Синяева И.М. | Маркетинг в предпринимательской деятельности | Учебник | М.:Дашков и К | | 2017 | http://znanium.com/catalog/product/411383 | |  |
| 4 | Морозов Ю.В. | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности | Учебник | М.:Дашков и К | | 2018 | http://znanium.com/catalog/product/415400 | |  |
| **9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Генералова А.В., Шильцова А.В. | Деньги, кредит, банки.  Раздел: Банки | Учебное пособие | | М., РГУ им. А.Н. Косыгина | 2017 |  | | 5 |
| 2 | Генералова А.В., Шильцова А.В. | Деньги, кредит, банки.  Раздел: Кредит | Учебное пособие | | М., РГУ им. А.Н. Косыгина | 2015 |  | | 5 |
| 3 | Казимагомедов А.А. | Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций | Учебник | | М., Инфра-М | 2017 | http://znanium.com/catalog/product/759928 | |  |
| 4 | Вешкин Ю.Г. | Экономический анализ деятельности коммерческого банка | Учебное  пособие | | М., Инфра-М | 2014 | http://znanium.com/catalog/product/437524 | |  |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** | | | | | | | | | |
| 1 |  |  |  | |  |  |  |  | |

**9.4 Информационное обеспечение учебного процесса**

9.4.1. Ресурсы электронной библиотеки

* **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** [**http://znanium.com/**](http://znanium.com/)(учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);

**Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»** [**http://znanium.com/**](http://znanium.com/) **(э**лектронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);

* **ООО «ИВИС»** [**https://dlib.eastview.com**](https://dlib.eastview.com/) **(**электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
* **Web of Science** [**http://webofknowledge.com/**](http://webofknowledge.com/) (обширная международная универсальная реферативная база данных);
* **Scopus** [**https://www.scopus.com**](https://www.scopus.com/)(международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
* **«SpringerNature»** [**http://www.springernature.com/gp/librarians**](http://www.springernature.com/gp/librarians) (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
* **Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU** [**https://elibrary.ru**](https://elibrary.ru/)(крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
* **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** [**http://нэб.рф/**](http://нэб.рф/)(объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений;
* **«НЭИКОН»**  [**http://www.neicon.ru/**](http://www.neicon.ru/) ( доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
* **«Polpred.com Обзор СМИ»** [**http://www.polpred.com**](http://www.polpred.com/) **(**статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).

9.4.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы :

* <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/> -   базы данных на Едином Интернет-портале Росстата;
* <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/> -   библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;
* <http://www.scopus.com/> - реферативная база данных Scopus – международная универсальная реферативная база данных;
* <http://elibrary.ru/defaultx.asp> -   крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук;
* http://www.garant.ru/ - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант», комплексная правовая поддержка пользователей по законодательству Российской Федерации;
* <http://www.consultant.ru/> - Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи
* www.grebennikon.ru - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». Содержит статьи по маркетингу, менеджменту, финансам, управлению персоналом, опубликованные в специализированных журналах издательства за последние 10 лет.

9.4.3 Лицензионное программное обеспечение

*1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул Е85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);*

*2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;*

*3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17ЕО-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;*

*4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79Р-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;*

*5. 1C: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.*

*6. Операционная система Linax. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linax).*

*7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008,*

*справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;*

*10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).*