|  |
| --- |
| 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 и кредит |
| 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, № 10 от 23.06.2021 г.  |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: |
|  | доцент | Н.С. Макарова |
|  |  |  |
| Заведующий кафедрой: | Н.М. Квач |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Банковский маркетинг» изучается в восьмом семестре*.*
			2. Курсовая работа не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации:

|  |  |
| --- | --- |
| Шестой семестр | зачет |
|  |  |

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Банковский маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.
			2. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам:
			3. - Институциональная экономика;
			4. - Мировая экономика и международные экономические отношения;
			5. - Банковское дело.
			6. Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин:
		- Операции с ценными бумагами
		- Финансовый менеджмент
		- Методы бизнес-анализа;
		- Финансовый риск-менеджмент.

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

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Целями изучения дисциплины «Банковский маркетинг» являются:

– формирование системных фундаментальных знаний в области финансового банковского маркетинга;

– усвоение профессиональной терминологии, формирование навыков ее использования в устной и письменной речи;

– изучение роли банковского маркетинга как экономического инструмента управления банковской системой;

- приобретение знаний о сущности, структуре банковских операций и анализа банковских операций;

- формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

* + - 1. 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*

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

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
| --- | --- | --- |
|  ПК-4 Способен к мониторингу конъюнктуры рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков | ИД-ПК-4.1 Проведение исследования современной финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуру и механизмы 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 действующих форм документации). | - Проводит исследования современной финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизма функционирования финансовых рынков;- Владеет методами экономической диагностики рынка финансовых услуг;- Проводит исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации). |
| ПК-4 Способен к мониторингу конъюнктуры рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков | ИД-ПК-4.2 применение информационно-аналитической работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;изучение методов экономической диагностики рынка финансовых услуг;применение характеристики финансовых продуктов и услуг | - 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. |
| ПК-4 Способен к мониторингу конъюнктуры рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков | ИД-ПК-4.6 Применение организации и поддерживание постоянных контактов с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами. | - Использует постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами. |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |

## Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

|  |
| --- |
| **Структура и объем дисциплины** |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | **Самостоятельная работа обучающегося, час** |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** | **курсовая работа**  | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| *6* семестр | зачет | *108* | *38* | *38* |  |  |  | *32* |  |
| Всего: |  | *108* | *38* | *38* |  |  |  | *32* |  |

## 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;****виды самостоятельной работы обучающегося;****форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося;****формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | **Лабораторные работы, час** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Восьмой семестр** |
|   ПК-4ИД-ПК-4.1ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.6 | **Тема 1**. Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга | 4 |  |  |  | 4 | 1. Устный экспресс-опрос
2. Контрольная работа
3. Тестирование
4. Самостоятельная работа
 |
| Практическое занятие 1. Концепции банковского маркетинга на современном этапе развития банковской системы |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 2** Маркетинговая стратегия коммерческого банка | 4 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 2. Разработка маркетинговой стратегии коммерческого банка |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 3.** Маркетинговая среда в коммерческом банке | 4 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 3. Системы CRM как способ взаимодействия с клиентами, контрагентами, конкурентами. |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 4.** Маркетинговая информационная система коммерческого банка | 6 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 4. Анализ текущей продуктовой линейки коммерческого банка и разработка новых продуктов, услуг |  | 6 |  |  |  |
| **Тема 5.** Маркетинговый анализ рынка банковских услуг | 4 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 5. Основные методы и показатели маркетингового анализа рынка банковских услуг |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 6.** Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка | 4 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 6. Методы ценообразования банка |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 7.** Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка | 4 |  |  |  | 4 |
| Практическое занятие 7. Анализ конкурентоспособности банковского сервиса в рамках сопровождения банковских услуг |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 8.** Коммуникационная и рекламная политика коммерческого банка | 4 |  |  |  | 2 |
| Практическое занятие 8. Основные направления и каналы коммуникации коммерческого банка |  | 4 |  |  |  |
| **Тема 9.** Управление маркетинговой деятельностью коммерческого банка | 4 |  |  |  | 2 |
| Практическое занятие 9. Методы управления маркетинговой деятельностью банка |  | 4 |  |  |  |
|  |   |  |  |  |  |  | Зачет |
|  | **ИТОГО за шестойсеместр** | 38 | 38 |  |  | 32 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | 38 | 38 |  |  | 32 |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

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

## 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, экзамену;

изучение учебных пособий;

изучение тем, невыносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;

проведение исследовательских работ;

изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;

выполнение домашнего задания;

подготовка к коллоквиуму, контрольной работе и т.п.;

выполнение индивидуальных заданий;

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:

экспресс-опрос;

проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;

проведение консультаций перед экзаменом

Перечень 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** |
| 5 | Маркетинговый анализ рынка банковских услуг |  На основе анализа публикуемой отчетности провести маркетинговый анализ банковских услуг  |  Опрос | ***2*** |

**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 |  |

## 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 | 38 | в соответствии с расписанием учебных занятий  |
| практические занятия | 38 |

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

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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)** | **общепрофессиональных компетенций** | **профессиональных****компетенций** |
|   |  | ПК-4.ИД-ПК-4.1ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.6  |
| высокий |  | отлично  |   |  | Обучающийся: - Проводит исследования современной финансовой системы и финансового рынка, конъюнктуры и механизма функционирования финансовых рынков;- Владеет методами экономической диагностики рынка финансовых услуг;- Проводит исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации);- Применяет информационно-аналитическую работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;- Применяет методы экономической диагностики рынка финансовых услуг;- Оперирует характеристиками финансовых продуктов и услуг.- Использует постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, аналитиками инвестиционных организаций, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами.  |
| повышенный |  | хорошо |  |  | Обучающийся: - Владеет методами экономической диагностики рынка финансовых услуг;- Проводит исследования финансового рынка и изучение предложений финансовых услуг (в том числе действующих правил и условий, тарифной политики и действующих форм документации);- Применяет информационно-аналитическую работы по рынку финансовых продуктов и услуг, анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков;- Применяет методы экономической диагностики рынка финансовых услуг;- Оперирует характеристиками финансовых продуктов и услуг. |
| базовый |  | удовлетворительно |  |  | 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 |  | неудовлетворительно | Обучающийся:* демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;
* испытывает серьёзные 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.
 |

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

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине«Финансовая политика»проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине,указанных в разделе 2 настоящей программы.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий**
 |
| --- | --- | --- |
| 1. | Экспресс-опрос по теме 1. «Базовые концепции и основные инструменты банковского маркетинга». | 1. Цели, задачи банковского маркетинга на современном этапе.
2. Понятие «качество банковского маркетинга», его содержание и оценка.
3. Сбытовая политика в банковском бизнесе.
4. Продуктовые инновации: трастовые услуги, лизинговые сделки
5. Депозитный сертификат как форма расширения услуг коммерческого банка.
6. Основные концепции банковского маркетинга.
7. Особенности управления маркетинговой деятельностью коммерческого банка.
8. Сегментация на рынке банковских услуг.
9. Оценка эффективности рекламной политики коммерческого банка
 |
| 2. | Тестирование по теме 7 «Сбытовая и сервисная политики коммерческого банка» | **Вариант 1.** 1. При негативном отношении к банковским услугам используют:а) ремаркетингб) маркетинг-миксв) демаркетингг) конверсионный маркетингд) стимулирующий маркетинг.2. Сегментация рынка банковский услуг по принципу деления населения по возрасту, стилю жизни, по опыту использования банковских услуг – это:а) возрастная сегментацияб) геодемографическая сегментацияв) психодемографическая сегментацияг) клиентская сегментацияд) демографическая сегментация3. Опрос, личное общение и телемаркетинг относятся к:а) активному маркетингуб) пассивному маркетингув) клиентоориентированному маркетингу4. Реклама, нового банковского продукта, направленная на потенциальных клиентов:а) напоминающаяб) информативнаяв) подкрепляющаяг) вещательнаяд) превентивная5. Организационная структура маркетинговой службы в условиях завоевания рынка услуг:а) адаптивнаяб) проектнаяв) линейнаяг) функциональная**Вариант 2.** 1. Маркетинг, направленный на совершенствование качества банковских услуг, формирование собственной нити на рынке и снижение издержек – это:а) маркетинг, ориентированный на банковский продуктб) маркетинг, ориентированный на потребителяв) маркетинг-миксг) интегрированный маркетинг2. К системе средств взаимосвязей банка с потенциальными потребителями, направленная на побуждение к приобретению банковских услуг - это:а) рекламаб) продвижение услугв) ценовая политикаг) формирование спроса3. Часть рынка банковских услуг, полностью освоенная банком называется:а) нишаб) клиентыв) сегментг) группа4. Период времени от создания банковского продукта до сокращения спроса на него носит название:а) срок внедрения продуктаб) жизненный цикл продуктав) срок проведения исследований спроса на продукт5. Функциями банковского маркетинга являются:а) сбор информации и анализ рынкаб) изучение и планирование продуктовой линейкив) планирование и организация сбыта банковских продуктов5. Основными элементами банковского маркетинга являются:а) выбор целевого рынкаб) структура маркетингав) исследования рынка банковских услугг) контроль эффективности маркетинговой деятельности**Вариант 3.** 1. Маркетинг использует в качестве методов сбора информации:а) опросб) экспериментальные методыв) анкетированиег) фотофиксацию2. Стратегическое маркетинговое планирование использует методы:а) стимулирования персоналаб) маркетингового анализа в) стимулирования спросаг) метод дерева решений3. Этапами маркетингового исследования являются:а) анализб) планированиев) организацияг) управлениед) контроль.4. Метод ценообразования банковских продуктов на основе количества и качества предоставляемых услуг называется:а) метод дифференциации тарифных ставокб) метод многофакторного ценообразованияв) метод "снятия ставок"г) метод "безупречность + прибыль"5. Имидж банка – это:а) совокупность сознательных представлений, образов клиентов б) совокупность несознательных представлений общественности в) совокупность сознательных и несознательных представлений клиентов и общественности г) совокупность общих представлений, слухов, образов, сложившихся о данном банке**Вариант 4.** 1. Особенность банковского маркетинга заключается в специфике его:а) операцийб) услугв) продукцииг) продукта2. К функциям банковского маркетинга относятся:а) планирование и операция сбытаб) направленность на долговременный результатв) обеспечение прибыльности производстваг) применение в единстве тактики и стратегии3. Процесс планирования новой банковской продукции состоит из следующих этапов:а) оценка продукции, проверка концепции, коммерческая реализацияб) пробный маркетинг, анализ, разработка продукциив) генерация идеи, проверка концепции, реализация, анализ4. Этап зрелости банковского продукта предполагает:а) привлечение к новому товару новаторовб) поддержанием отличительных преимуществв) расширение сбыта 5. К не основным партнерским группам банка относятся:а) налоговые органыб) профсоюзыв) банки-контрагентыг) наемный персонал**Вариант 5.** 1. На этапе роста жизненного цикла банковской продукции доля прибыли:а) низкаяб) высокаяв) средняяг) сокращающаяся2. Этап зрелости жизненного цикла банковской продукции предполагает, что конкуренция:а) сильнаяб) незначительнаяв) отсутствует 3. Внедрении банковского продукта сопровождается продвижением:а) информационнымб) конкурентнымв) убеждающимг) стабильным4. Продукт, занимающий лидирующее положение в матрице БКГ в относительно зрелой или сокращающейся отрасли:а) "звезда"б) "трудный ребенок"г) "собака"д) "дойная корова"5. Реализация стратегии сегментации предполагает:а) определение требований потребителей, создание соответствующего плана маркетинга, выбор конкретного сегментаб) анализ сходства и различий потребителей, выбор конкретного сегмента, создание конкретного плана маркетингав) определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции, анализ сходства и различий потребителей, выбор сегмента**Вариант 6.** 1. При росте спроса на банковские продукты изменение товарной политики связано с:а) ростом видов банковских продуктов и услугб) ростом объема традиционных услуг, пользующихся максимальным спросомв) ростом традиционных и сопутствующих услуг2. Стадия зрелости банковского продукта сопровождается продвижением:а) информационнымб) конкурентнымв) убеждающимг) стабильным3. Продукт с низкой рентабельностью и долей рынка в матрице БКГ называется:а) "звезда"б) "трудный ребенок"г) "собака"д) "дойная корова"4. Разработка рекламной стратегии предполагает наличие следующих этапов:а) определение критериев эффективности рекламы, установление ответственности, выбор средств рекламыб) установление ответственности, выбор средств рекламы, выбор времени рекламыв) анализ, определение темпа, средств и времени рекламыг) определение темпа, средств и времени рекламы, оценка эффективности рекламы5. Стратегия преимущества по издержкам предполагает:а) завоевание значительной доли рынка с инновационным продуктомб) завоевание значительной доли рынка с традиционным набором продуктов и услуг**Вариант 7.** 1. Стратегия дифференциации предполагает...а) завоевание значительной доли рынка с инновационным продуктомб) завоевание значительной доли рынка с традиционным набором продуктов и услуг2. Отличие рыночного сегмента от рыночной ниши в том, что сегмент чаще всего определяется в пределах одной отрасли:а) даб) нет3. Продукт с высокой рентабельностью и растущей долей рынка в матрице БКГ называется:а) "звезда"б) "трудный ребенок"г) "собака"д) "дойная корова"4. Товарный ассортимент при спаде жизненного цикла банковской продукции характеризуется:а) ростом видов банковских продуктов и услугб) ростом объема традиционных услуг, пользующихся максимальным спросомв) ростом традиционных и сопутствующих услуг5. Стадия спада спроса на банковский продукт сопровождается продвижением:а) информационнымб) конкурентнымв) убеждающимг) стабильным**Вариант 8.** 1. "Близоруким» маркетингом называют:а) синхромаркетингб) тактический маркетингв) стимулирующий маркетинг2. Расположение понятий объема охвата рынка по убыванию имеет вид:а) рыночное окно, рыночная ниша, рыночный сегментб) рыночная ниша, рыночное окно, рыночный сегментв) рыночный сегмент, рыночная ниша, рыночное окно3. Составляющие системы "4Р":а) товарб) рынокв) процентг) ценад) сделкае) прибыль4. Пассивный маркетинг основан на:а) анкетировании клиентов, опросах населения и т.п.б) изучении материалов средств массовой информации о банковских услугах 5. Методы тактического маркетинга применяют при:а) при негативном спросеб) при чрезмерном спросев) при нестабильном спросе**Вариант 9.** 1. Товарный ассортимент при зрелости банковской продукции характеризуется:а) ростом видов банковских продуктов и услугб) ростом объема традиционных услуг, пользующихся максимальным спросомв) ростом традиционных и сопутствующих услуг2. Цель современного банковского маркетинга: а) положительный имидж банкаб) максимизация прибыли банкав) удовлетворение потребностей клиентов банка3.Элементами макросреды банка являются: а) клиенты б) конкуренты в) национальный банковский совет г) совет директоров 4. Особенностью банковского продукта является:а) нематериальный характер б) повышенный спрос в) денежный характер г) все ответы верны 5. Сбытовая политика реализуется через:а) корпоративную рекламу б) имиджевую рекламу в) продуктовую рекламу **Вариант 10.** 1. Реклама ипотечного продукта коммерческого банка - это: а) корпоративная реклама б) имиджевая рекламав) продуктовая реклама2. Элементами микросреды банка являются: а) клиенты б) конкуренты в) национальный банковский совет г) совет директоров 3. Прогнозирование является основой планирования: а) оперативного б) текущего в) перспективного4. Стратегия роста предполагает:а) получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат б) концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях в) достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка г) агрессивную конкурентную политикуд) качественное улучшение рыночных позиций е) вынужденное или запланированное сокращение сегмента рынка ж) различные темпы развития видов деятельности кредитной организации 5. Директорский опцион — это поощрение менеджера за успешную работу: а) определенным количеством бесплатных акций б) покупкой определенного количества акций по льготной цене в) денежными выплатами г) первоочередностью продажи акций **Вариант 11.** 1.Стратегия сокращения предполагает:а) получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат б) концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях в) достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка г) агрессивную конкурентную политикуд) качественное улучшение рыночных позиций е) вынужденное или запланированное сокращение сегмента рынка ж) различные темпы развития видов деятельности кредитной организации 2. Главной целью банковского маркетинга является:а) обеспечение бесперебойного кругооборота средств;б) увеличение выручки от реализации банковских услуг;в) снабжение коммерческого банка материальными ресурсами;г) повышение благосостояния собственников (владельцев) организации в текущей и долгосрочной перспективе.3. Стратегия фокусирования предполагает:а) получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат б) концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях в) достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка г) агрессивную конкурентную политикуд) качественное улучшение рыночных позиций е) вынужденное или запланированное сокращение сегмента рынка ж) различные темпы развития видов деятельности кредитной организации 4. Комбинированная стратегия предполагает:а) получение дополнительной прибыли за счет минимизации текущих затрат б) концентрацию усилий банка в определенных приоритетных направлениях в) достижение конкурентных преимуществ в определенном сегменте рынка г) агрессивную конкурентную политикуд) качественное улучшение рыночных позиций е) вынужденное или запланированное сокращение сегмента рынка ж) различные темпы развития видов деятельности кредитной организации 5. В области маркетинга коммерческим банком формируется следующие виды политик:а) инновационная, консервативная б) конкурентная, ассортиментная, ценовая, рекламная политики в) упреждающего действия, адекватного ответа, пассивной защиты  инновационная, консервативная  |
| 3. | Контрольная работа по теме Тема 6 «Продуктовая и ценовая политики коммерческого банка»  | Вариант 1.Задание 1. Предположим, что заемщик просит об открытии ему кредитной линии на сумму в 5000000 рублей по ставке 20 %. Результаты проведенной банком оценки показывают, что, скорее всего, заемщику понадобится только 4000000 рублей. Комиссия, которую необходимо уплатить клиенту за обязательство, равна 1 % от суммы неиспользованной кредитной линии. Более того, банк настаивает на поддержании клиентом компенсационных остатков (депозитов) в размере 20 % фактически полученной суммы кредитной линии и в размере 5 % неиспользованной суммы кредитной линии. Требования к резервированию по депозитам, установленные Центральным банком, составляют 10 %. Оценить: 1) совокупный доход по кредиту;1. чистую сумму предоставляемых банком средств;
2. доходность кредита.

Задание 2. Покупатель приобрел цифровую фотокамеру фирмы *Сапоп* стоимостью 12,4 тыс. руб. При этом он сразу уплатил 25% стоимости фотокамеры, а на остальную сумму получил кредит на 6 месяцев под простую процентную ставку 16% годовых. Кредит погашается ежемесячными платежами, аннуитетами. Составить план погашения кредита.Задание 3. В условиях предыдущего примера составить план погашения кредита диффиринцированным.Вариант 2.Задание 1. Банк 1 ноября продает предприятию дисконтный вексель номиналом 500 тыс. р. Срок платежа по векселю наступает 11 декабря, учетная ставка составляет 10,75% годовых. Требуется вычислить сумму дисконта по векселю.Задание 2.Кредит был взят под 15% годовых, выплачивать осталось ежеквартально по 500 руб. в течение двух лет. Из-за изменения ситуации на денежном рынке ставка по кредитам снизилась до 7% годовых. В банке согласились с необходимостью пересчета ежеквартальных выплат. Каким должен быть новый размер выплаты? Задание 3. Найти полную стоимость кредита, если известно, что кредитная линия открыта на 1 год, ставка по кредитной линии 13,5%. Предприятие воспользовалось кредитной линией 120000руб. на полгода и через полгода погасила кредит. Единовременная комиссия составила 0,5% от полученной суммы по кредитной линии Вариант 3.Задание 1. При прогнозировании ликвидности финансовый менеджер обнаружил, что в следующем месяце банк будет испытывать нехватку высоколиквидных активов для осуществления текущих платежей клиентов в сумме 5 миллиона рублей, сроком 60 дней. Следовательно, банку необходимо восполнить этот недостаток дополнительным привлечением. Возможно привлечение ресурса в следующих вариантах:1) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 70 дней по ставке 40% годовых;2) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 60 дней по ставке 35% годовых. Но кредитор не уверен, что у него не возникнет необходимости в средствах раньше срока договора, что будет закреплено в условиях договора;3) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 20 дней по ставке 45% годовых и возможность по окончанию срока договора привлечь межбанковский займ в сумме 5 млн. на срок 40 дней по ставке 20% годовых.4) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 30 дней по ставке 33% годовых и возможность по окончанию срока договора продлить договор на срок 40 дней по ставке 30% годовых.5) привлечение срочного депозита в сумме 5 млн. рублей на срок 35 дней по ставке 32% годовых и возможность по окончанию срока договора продлить его при ставке 37% на срок 25 дней.Проанализировать каждый вариант и принять решение.Задание 2. Найти полную стоимость кредитования (ПСК), если выдается кредит на год, процентная ставка14,5%, комиссия 0,1% от суммы долга. Страхование кредита 0,2%.Задание 3. Коммерческое предприятие (открытое акционерное общество) обратилось в банк с просьбой о предоставлении кредита на расширение производства стирального порошка в сумме 50 млн. р. сроком на 8 мес. Кредитной политикой банка предусмотрено, что кредиты коммерческим предприятиям не должны превышать 300% собственного капитала банка. На дату подачи заявки кредиты коммерческим предприятиям составили 425961 тыс. р., собственный капитал банка — 152840 тыс.р. Требуется определить, может ли банк принять заявку на эти цели в указанном объеме в соответствии с кредитной политикой банка.Вариант 4.Задание 1. Банк выдал в начале квартала кредит на сумму 100 тыс. руб. сроком на один месяц по ставке 16% годовых, через месяц – кредит на сумму 200 тыс. руб. сроком на два месяца по ставке 20% годовых. Сколько составит сумма процентов за первый кредит, за второй кредит и общий процентный доход банка? Задание 2. Банк выдал кредиты на сумму 10 млн руб. по ставке 20% годовых, на сумму 5 млн руб. по ставке 22% годовых и на сумму 15 млн руб. по ставке 17% годовых. Какими будут средняя ставка и доход банка по этим кредитам? Рассчитайте общий доход банка. Задание 3. Кредитный договор между коммерческим банком и фирмой-заемщиком предусматривает, что банк предоставляет кредит в размере 3 млн руб., выдавая его по 1 млн руб. в начале каждого года по ставке 18% годовых в течение трех лет. Фирма возвращает долг, выплачивая 1 млн 200 тыс. руб.; 1,5 млн руб.; 1,9 млн руб. в конце третьего, четвертого и пятого годов. Выгодна ли эта операция для банка?  |
| 4. | Самостоятельная работа Тема 5. «Маркетинговый анализ рынка банковских услуг» |  **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 |  |

 |

## Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| **Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** |
| --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Экспресс-опрос | Дан оперативно полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает |  | 5 |
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 |
| Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. |  | 3 |
| Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. |  | 2 |
| Самостоятельная 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. |  | 5 |
| Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. |  | 4 |
| Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. |  | 3 |
| Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.  |  | 2 |
| Работа не выполнена. |  |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы.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.Общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл - 20 баллов. Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. «2» - равно или менее 40%«3» - 41% - 64%«4» - 65% - 84%«5» - 85% - 100% |  | 5 | 85% - 100% |
|  | 4 | 65% - 84% |
|  | 3 | 41% - 64% |
|  | 2 | 40% и менее 40% |
| Контрольная работа | Обучающийся демонстрирует грамотное решение всех задач, использование правильных методов решения, методики проведения анализа финансовых рисков, содержание и форму аналитических материалов, формируемых по результатам анализа; современные методы анализа финансовых рисков организаций и критериальные показатели позволяющие предложить мероприятия по совершенствованию хозяйственной деятельности организации и принятия стратегических решений;  |  | 5 |
|  | Продемонстрировано использование правильных методов при решении задач при наличии незначительных пробелов в знаниях методики проведения анализа, в теоретических аспектах анализа и современных методах анализа финансовых рисков;  |  | 4 |
|  | Обучающийся использует методы решения, но отсутствуют значительные пробелы в знаниях современных методов анализа финансовых рисков, допущение ошибок в чтении финансовой отчетности, достаточно существенные ошибки в понимании и ходе методики проведения анализа финансовых рисков, ошибки в понимании сущности и формах финансовых рисков. |  | 3 |
|  | Обучающимся использованы неверные методы решения, отсутствуют верные ответы. |  | 2 |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы****для проведения промежуточной аттестации:** |
|  Зачетв устной форме  | 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.
 |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** |
| --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** |  |
| Зачетв устной форме  | Обучающийся: демонстрирует оперативно полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показывает совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает. | *Зачтено* |
| Обучающийся: обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. | *Не зачтено* |

## Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Форма контроля** | **100-балльная система**  | **Пятибалльная система** |
| Текущий контроль:  |  |  |
|  Устный экспресс-опрос |  | 2 – 5  |
| Самостоятельная работа |  | 2 – 5 |
| Тестирование |  | 2 – 5  |
| Контрольная работа |  | 2 – 5  |
| Промежуточная аттестация Зачет |  | ЗачтеноНе зачтено |
| **Итого за дисциплину***Зачет* |  |

* + - 1. Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

|  |  |
| --- | --- |
| **100-балльная система** | **пятибалльная система** |
| **экзамен** | **зачет** |
|  |  | Зачтено |
|  |  |
|  |  |
|  |  | Не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
		- анализ ситуаций;
		- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
		- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

Изучение необходимых отчетных документов, форм отчетности и законодательных актов в системе «Консультант +».

Студенты работают небольшими группами в компьютерном классе в системе «Консультант+». Проводится не только поиск необходимой информации, но и ее критический анализ, обработка информации в пакетном приложении Excel.

Тема 5 «Методы управления банковским спрэдом»

Метод управления дисбалансом заключается в оценке текущей ситуации и выборе действий, приводящих к желаемому результату.

Таблица Состав АЧП и ПЧП

|  |  |
| --- | --- |
| **Услуги и операции по Активам** | **Услуги и операции по Пассивам** |
| 1. Выданные кредиты банковской клиентуре
2. Приобретенные банком ценные бумаги и долговые обязательства, обращающиеся на рынке
3. Выданные межбанковские кредиты
 | 1. Привлеченные депозиты банковской клиентуры
2. Эмиссия собственных ценных бумаг и долговых обязательств для обращения на рынке
3. Привлеченные межбанковские кредиты
 |

Дисбаланс (разрыв, GAP) – разница между АЧП и ПЧП:

 GAP = АЧП – ПЧП;

ΔЧПД= Δr х GAP.  (1)

Таблица Основные формулы модели спрэда. (2)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Определение  | Расчет |
| 1   | Спрэд по производительным активам  | *СПА = УСа – Ц* |
| 2   | Оптовая единица по производительным активам  | *ОЕА = СПа \* АП* |
| 3 | Спрэд по внутрибанковским оборотам по дебету  | *СПД = Ц1 - УСС* |
| 4   | Оптовая единица по внутрибанковским оборотам  | *ОЕО = СПД х ОБВА* |
| 5   | Спрэд по привлеченным средствам  | *СПС = Ц - УСС* |
| 6 | Розничная единица по привлеченным средствам  | *РЕС = СПС х СРП* |
| 7   | Спрэд по внутрибанковским оборотам по кредиту  | *СПК= Ц – Ц1* |
| 8   | Розничная единица по внутрибанковским оборотам  | *РЕО = СПК х ОБВП* |
| 9   | Кредит на собственные средства  | *КС = Ц х (СБС - ОБВП)* |
| 10   | Альтернативные издержки  | *ИА= Ц х АИМ* |
| 11   | Процентный доход  | *ДП = ОЕА + ОЕО+ РЕС+ РЕО + КС- ИА* |
| 12   | Совокупная нераспределенная прибыль  | *ПСН = ДП- Р* |

Таблица. Пример баланса банка

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Активы  |    | Пассивы  |    |
| Кредиты (10%)  | 90  | Депозиты (7 %)  | 92  |
| Осн. средства  | 10  | Капитал  | 8  |
| Баланс  | 100  | Баланс  | 100  |

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятийи иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Каждый студент выбирает банковскую отчетность на официальном сайте Центрального Банка и выполняет практическое задание.
			2. Задание 1. Проанализировать собственные средства банка и сделать выводы.

Таблица Анализ уровня достаточности капитала

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №пп | СобственныеСредства банка | Суммана 2018 г. | Удельный вес в % | Сумма на 2019 г. | Удельный вес в % | Сумма на 2020 г. | Удельный вес в % |
| 1 | Средства акционеров (участников) |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Эмиссионный доход |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Резервный фонд |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Переоценка основных средств |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Нераспределенная прибыль (убыток) прошлых лет |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Прибыль к распределению (убыток) за отчетный период |  |  |  |  |  |  |
|  | Всего источников собственных средств  |  |  |  |  |  |  |

Задание 2. Провести анализ пассивных операций с выводами

Таблица. Анализ пассивных операций банка

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  Пассивные операции | 2018 г.Сумма, тыс. руб. | Удельный вес, % | 2019 г.Сумма, тыс. руб. | Удельный вес, % | 2020 г.Сумма, тыс. руб. | Удельный вес, % | Отклонение (+, -) |
|  Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального банка Российской Федерации |  |  |  |  |  |  |  |
|  Средства кредитных организаций |  |  |  |  |  |  |  |
|  Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями (Вклады физических лиц) |  |  |  |  |  |  |  |
|  Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток |  |  |  |  |  |  |  |
| Выпущенные долговые обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
|  Прочие обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
| Обязательство по текущему налогу на прибыль |  |  |  |  |  |  |  |
| Отложенное налоговое обязательство |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие обязательства |  |  |  |  |  |  |  |
|  Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с резидентами офшорных зон |  |  |  |  |  |  |  |
|  Всего обязательств |  |  |  |  |  |  |  |
| **Всего пассивных операций:** |  |  |  |  |  |  |  |

Задание 3. Найти коэффициент иммобилизации капитала

Таблица Коэффициент иммобилизация капитала банка

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Значение, тыс. руб. | Отклоне-ние (+,-) | Доля в валюте баланса, % | Отклоне-ние (+, -) |
|  | на 2018 год | на 2019 год | на 2020 год |  | на 2018 год | на 2019 год | на 2020 год |  |
| 1.Собственные средства-брутто |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.Иммобилизо-ванные собственные средства |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. Собственные средства-нетто |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. Валюта баланса |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5.Коэффициент иммобилизации  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Задание 4. Анализировать структуру активных операций и составить выводы по группам.

 Таблица. Анализ структуры и динамики активов КБ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды активов банка в публикуемом балансовом счете | Сумма, тыс. руб.2018 | Удельный вес, % | Сумма, тыс. руб.2019 | Удельный вес, % | Сумма, тыс. руб.2020 | Удельный вес, % | Отклонение (+, -) |
| Денежные средства |  |  |  |  |  |  |  |
| Обязательные резервы |  |  |  |  |  |  |  |
| Средства кредитных организаций в Центральном банке РФ |  |  |  |  |  |  |  |
| Средства в кредитных организациях |  |  |  |  |  |  |  |
| Чистая ссудная задолженность |  |  |  |  |  |  |  |
| Чистые вложения в инвестиционные ценные бумаги, удерживаемые до погашения |  |  |  |  |  |  |  |
| Чистые вложения в инвестиционные ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы |  |  |  |  |  |  |  |
| Требования по получению процентов |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие активы |  |  |  |  |  |  |  |
| **Всего активов:** |  |  |  |  |  |  |  |

 Определить активы по группам и показать их структуру.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются 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.
			2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
			3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
			4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
			5. 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.).
			6. 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.
			7. 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.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
			2. Материально-техническое обеспечение *дисциплины/модуля* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| **Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** | **Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** |
| --- | --- |
| **119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1** |
| Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | * Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
 |
| Аудитория 1328 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: * ноутбук,
* проектор,
 |
| Аудитория №1325:- компьютерный класс для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;-  | * Комплект учебной мебели, доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
 |
| **Помещения для самостоятельной работы обучающихся** | **Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся** |
| читальный зал библиотеки: | * компьютерная техника;подключение к сети «Интернет»
 |

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

* + - 1. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Необходимое оборудование** | **Параметры** | **Технические требования** |
| Персональный компьютер/ ноутбук/планшет,камера,микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| Веб-камера | 640х480, 15 кадров/с |
| Микрофон | любой |
| Динамики (колонки или наушники) | любые |
| Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

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

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор(ы)** | **Наименование издания** | **Вид издания (учебник, УП, МП и др.)** | **Издательство** | **Год****издания** | **Адрес сайта ЭБС****или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*** | **Количество экземпляров в библиотеке Университета** |
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания |
| 1 | Куршакова, Н. Б. | Банковский маркетинг | учебник | Питер -СпБ | 2021 |  http://znanium.com/catalog/product/908230 |  |
| 2 | Спицын И.О. | Маркетинг в банке | учебник | М., ИНФРА-М | 2021 |  <http://znanium.com/catalog/product/953150>http://znanium.com/catalog/product/953243 |  |
| 10.2 Дополнительная литература |
| 1 | Уткин, Э.А. | Банковский маркетинг | Учебное пособие | М., ИНФРА-М | 2021 |  http://znanium.com/catalog/product/437524 |  |
| 2 | Теплякова, Н. А. | Банковский маркетинг | Учебное пособие | М., ИНФРА-М | 2021 |  http://znanium.com/catalog/product/759928 | *-* |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) |
| 1. |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

* + - 1.

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<http://znanium.com/>  |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |
|  | ЭБС ЮРАЙТ» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) |
|  | ООО «ИВИС» http://dlib.eastview. com/ . |
|  | **Профессиональные базы данных, информационные справочные системы** |
|  | <http://www.consultant.ru> Консультант+ (ресурсы открытого доступа) |
|  | <http://www.garant.ru> (ресурсы открытого доступа) |
|  | <https://link.springer.com> -Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)  |
|  | <https://elibrary.ru> -Научная электронная библиотекаe ELIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)  |

## Перечень программного обеспечения

* + - 1. 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** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | V-Ray для 3Ds Max  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | Project Expert 7 Standart | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019 |
|  | Альт-Финансы | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019 |
|  | Альт-Инвест  | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019 |

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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