МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет финансы и кредит
Денежного обращения и кредита

КубГАУ
Документ подписан простой электронной подписью
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат: 2a00000bac3d0b849ed3c36efc000200000bac
Владелец: Адаменко Александр Александрович
Действителен от 03-09-2023 до 24-05-2026

УТВЕРЖДЕНО
Декан
Адаменко А.А.
Протокол от 29.04.2026 № 12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «МАРКЕТИНГ И КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКОВ»

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.08 Финансы и кредит

Направленность (профиль)подготовки: Финансы и кредит

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 2 года
Заочная форма обучения – 2 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

2026

Разработчики:

Доцент, кафедра денежного обращения и кредита
Бережных О.М.

Доцент, кафедра денежного обращения и кредита Патиева
Т.П.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 991, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Денежного обращения и кредита	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Хорольская Т.Е.	Согласовано	27.04.2026, № 9

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование у магистров комплекса профессиональных компетенций, овладение фундаментальными знаниями в области организационных, научных и методических основах теории и практики системы расчетов по различным финансовым обязательствам, возникающим в системе международного взаимодействия; получение знаний и навыков, необходимых для исследовательской и аналитической деятельности в области финансов и банковского дела

Задачи изучения дисциплины:

- исследовать финансовых, денежных, кредитных рынков в академических и ведомственных научно-исследовательских учреждениях, негосударственных исследовательских фондах и организациях, консалтинговых и инвестиционных компаниях;;
- выявление и оценка направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических и глобальных тенденций;;
- анализ и оценка концептуальных подходов к методам и инструментам финансового и денежно-кредитного регулирования экономики;;
- разработка планов и программ проведения исследований в области международных операций банков;;
- исследование проблем финансовой устойчивости банков для разработки эффективных методов обеспечения финансовой устойчивости кредитно-финансовых институтов с учетом фактора неопределенности;;
- формирование специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обоснованности оптимального их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике. .

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П1 Способен владеть методами аналитической работы при оценке тенденций и прогнозов развития национального и международного финансовых рынков, и финансовых институтов

ПК-П1.1 Анализирует направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций

Знать:

ПК-П1.1/Зн1 Знает направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков

Уметь:

ПК-П1.1/Ум1 Умеет анализировать направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков

Владеть:

ПК-П1.1/Нв1 Владеет навыками анализа направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков

ПК-П1.2 Использует специальные профессиональные знания и навыки в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обосновывает оптимальность их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике

Знать:

ПК-П1.2/Зн1 Знает расчетно-платежные операции и их механизмы на внешнем рынке

Уметь:

ПК-П1.2/Ум1 Умеет использовать знания в области расчетно-платежных операций и их механизмалов на внешнем рынке

Владеть:

ПК-П1.2/Нв1 Имеет навыки в области расчетно-платежных операций и их механизмлов на внешнем рынке

ПК-П1.3 Предлагает варианты прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов

Знать:

ПК-П1.3/Зн1 Знает варианты прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов

Уметь:

ПК-П1.3/Ум1 Умеет предлагать варианты прогнозов и сценариев развития национального и международного финансового рынков и финансово-кредитных институтов

Владеть:

ПК-П1.3/Нв1 Имеет навыки предложения вариантов прогнозов и сценвриев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов

ПК-П5 Способен самостоятельно осуществлять разработку финансовых аспектов проектных решений, с учетом существующих нормативных и методических документов для реализации подготовленных проектов на уровне организации (в том числе финансово-кредитных организаций), отрасли, региона и экономики в целом

ПК-П5.1 Понимает основные принципы, инструменты и методы разработки и реализации финансовой стратегии организации, формулирует направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций

Знать:

ПК-П5.1/Зн1 Знает основные принципы, инструменты и методы разработки и реализации финансовой стратегии организации, направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций

Уметь:

ПК-П5.1/Ум1 Умеет применять основные принципы, инструменты и методы разработки и реализации финансовой стратегии организации

Владеть:

ПК-П5.1/Нв1 Формулирует направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций

ПК-П5.2 Разрабатывает сбалансированную систему показателей, ориентированную на стратегические цели и повышение финансовой устойчивости организаций (в том числе финансово-кредитных) на основе нормативно-правовой базы и особенностей отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенности

Знать:

ПК-П5.2/Зн1 Знает нормативно-правовую базу и особенности отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенности

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Маркетинг и кредитная политика банков» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 4, Заочная форма обучения - 4.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Четвертый семестр	108	3	33	1		8	24	75	Зачет
Всего	108	3	33	1		8	24	75	

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Четвертый семестр	108	3	15	1	4	4	6	93	Зачет (4)
Всего	108	3	15	1	4	4	6	93	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы		ная контактная абота	е занятия	кие занятия	льная работа	ые результаты оотнесенные с ии освоения

	Всего	Внеаудиторная работа	Лекционные	Практические	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами программы
Раздел 1. Маркетинг финансовых услуг: стратегии привлечения клиентов	**60**		**5**	**10**	**45**	ПК-П1.1 ПК-П1.2 ПК-П1.3
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере	18		1	2	15	
Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.	14		2	2	10	
Тема 1.3. Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка	15		1	4	10	
Тема 1.4. Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг	13		1	2	10	
Раздел 2. Кредитная политика: управление рисками и клиентскими отношениями	**46**		**2**	**14**	**30**	ПК-П5.1 ПК-П5.2
Тема 2.1. Маркетинговый анализ и сегмента-ция отдельных рынков финансовых услуг	9			4	5	
Тема 2.2. Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии	14			4	10	
Тема 2.3. Особенности формирования кредитной политики банка на розничном рынке финансовых услуг	8		1	2	5	
Тема 2.4. Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового капитала	15		1	4	10	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	**2**	**1**	**1**			ПК-П1.1 ПК-П1.2 ПК-П1.3 ПК-П5.1 ПК-П5.2
Тема 3.1. Зачет	2	1	1			
Итого	**108**	**1**	**8**	**24**	**75**	

Заочная форма обучения

		актная	я	тия	абота	ьтаты нные с ния

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная конт работа	Лекционные занятия	Практические занят	Самостоятельная ра	Планируемые резул обучения, соотнесен результатами освоен программы
Раздел 1. Маркетинг финансовых услуг: стратегии привлечения клиентов	**57**		**2**	**4**	**51**	ПК-П1.1 ПК-П1.2 ПК-П1.3
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере	13,5		0,5	1	12	
Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.	13,5		0,5	1	12	
Тема 1.3. Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка	13,5		0,5	1	12	
Тема 1.4. Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг	16,5		0,5	1	15	
Раздел 2. Кредитная политика: управление рисками и клиентскими отношениями	**46**		**2**	**2**	**42**	ПК-П5.1 ПК-П5.2
Тема 2.1. Маркетинговый анализ и сегмента-ция отдельных рынков финансовых услуг	13		0,5	0,5	12	
Тема 2.2. Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии	11		0,5	0,5	10	
Тема 2.3. Особенности формирования кредитной политики банка на розничном рынке финансовых услуг	11		0,5	0,5	10	
Тема 2.4. Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового капитала	11		0,5	0,5	10	
Раздел 3. Промежуточная аттестация	**1**	**1**				ПК-П1.1 ПК-П1.2 ПК-П1.3 ПК-П5.1 ПК-П5.2
Тема 3.1. Зачет	1	1				
Итого	**104**	**1**	**4**	**6**	**93**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Маркетинг финансовых услуг: стратегии привлечения клиентов
(Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 51ч.; Очная: Лекционные занятия - 5ч.; Практические занятия - 10ч.; Самостоятельная работа - 45ч.)

Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере

(Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 12ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

1. Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере. Составные части маркетинговой политики в системе стратегического и тактического управления банков.
2. Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг

Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.
(Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 12ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Необходимость и сущность проведения маркетинговых исследований. Прямые и косвенные исследования.
2. Система организации маркетинговых исследований рынка банковских услуг.
3. Этапы проведения SWOT-анализа. Рыночные характеристики.
4. Показатели услуг, показатели конкуренции, характеристика среды.
5. Оценка конкурентоспособности банка на финансовом рынке.

Тема 1.3. Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка
(Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 12ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги.
2. Формирование продуктовой политики банка.
3. Разработка новых банковских продуктов и услуг.
4. Этапы жизненного цикла банковского продукта.
5. Особенности формирования маркетинговой конкурентоспособной стратегии.
6. Особенности формирования коммуникационной стратегии банка.
7. Продуктовая, корпоративная и имиджевая реклама банка.
8. Послепродажное обслуживание банковских продуктов

Тема 1.4. Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг
(Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Структурный анализ различных секторов финансового рынка.
2. Особенности определения доли банка на различных секторах финансового рынка.
3. Маркетинг кредитного сектора рынка - основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов
и депозитов.
4. Маркетинг депозитного рынка - основные виды клиентов; ресурсы и их параметры

Раздел 2. Кредитная политика: управление рисками и клиентскими отношениями (Заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 42ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 14ч.; Самостоятельная работа - 30ч.)

Тема 2.1. Маркетинговый анализ и сегмента-ция отдельных рынков финансовых услуг (Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 12ч.; Очная: Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)

1. Маркетинг рынка ценных бумаг: структура фондового портфеля банка по основным и производным финансовым инструментам.
2. Особенности влияния валютного рынка на смежные сектора.

Тема 2.2. Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии (Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Рынок корпоративных клиентов, его сегменты и их основные характеристики.
2. Варианты и влияние корпоративных клиентов на экономику (региональный аспект).
3. Особенности формирования кредитной политики в отношении корпоративного сектора экономики.
4. Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая,
продуктовая, коммуникационная

Тема 2.3. Особенности формирования кредитной политики банка на розничном рынке финансовых услуг (Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)

1. Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики.
2. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке.
3. Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий.
4. Особенности оценки конкурентоспособности кредитных стратегий универсальных и специализированных
банков.
5. Понимание потребностей состоятельных клиентов, связанных с кредитными и депозитными потребностями.
6. Определение жизненного цикла выявленных потребностей, качественное и количественное определение рисков.
7. Разработка глобального предложения кредитных продуктов и услуг по управлению имуществом физических лиц.

Тема 2.4. Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях
движения финансового капитала (Заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Современные тенденции развития рынка финансовых услуг.
2. Особенности и формы проявления кре- дитной политики банков в условиях финансовой глобализации.
3. Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий.
4. Этапы формирования финансовых инноваций в банковской деятельности

Раздел 3. Промежуточная аттестация
(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 1ч.)

Тема 3.1. Зачет
(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 1ч.)
Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Маркетинг финансовых услуг: стратегии привлечения клиентов

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Сопоставьте термины и их определения

Маркетинг - Процесс управления кредитными рисками
Кредитная политика - Комплекс действий по продвижению товаров
Сегментация рынка - Группа людей, на которую направлены усилия
Целевая аудитория - Разделение рынка на группы потребителей

2. Сопоставьте виды кредитов и их характеристики

Потребительский кредит - Кредит на покупку жилья
Ипотечный кредит - Кредит на личные нужды
Автокредит - Кредит для бизнеса
Коммерческий кредит - Кредит на покупку автомобиля

3. Сопоставьте термины и их определения

Сегментация рынка - Процесс разделения рынка на группы потребителей
Бренд - Идентифицирует сильные и слабые стороны компании
Кредитный риск - Вероятность невыполнения заемщиком своих обязательств
SWOT-анализ - Имя, символ или дизайн, используемый для идентификации товара

4. Сопоставьте виды маркетинга и их примеры

Целевой маркетинг - Реклама через социальные сети
Массовый маркетинг - Реклама, ориентированная на конкретную аудиторию
Непрямой маркетинг - Реклама, охватывающая широкий круг потребителей
Вирусный маркетинг - Реклама, которая распространяется от человека к человеку

5. Сопоставьте понятие с их определением

Кредитоспособность - Период, на который выдается кредит
Процентная ставка - Способ оценки финансового положения заемщика
Обеспечение кредита - Гарантия возврата кредита
Срок кредита - Стоимость кредита для заемщика

6. Сопоставьте методы продвижения и их характеристики

Реклама - Установление отношений с общественностью
PR (связи с общественностью) - Прямое обращение к потребителю
Прямой маркетинг - Снижение цены для стимулирования продаж
Скидки и акции - Платное размещение информации о товаре

7. Сегментация целевой аудитории

Какой метод сегментации целевой аудитории вы считаете наиболее эффективным?

8. О каком анализе банка в контексте его кредитной политики идет речь?

Сильные стороны: разнообразие кредитных продуктов, высокая степень автоматизации. Слабые стороны: недостаточная известность на рынке, высокая стоимость обслуживания. Возможности: рост спроса на онлайн-кредиты. Угрозы: усиление конкуренции со стороны финтех-компаний.

9. Эффективность рекламной кампании

.

10. Инструмент минимизации кредитных риски при выдаче потребительских кредитов

Какой инструмент применяет банк с целью минимизации кредитных риски при выдаче потребительских кредитов?

11. Какой из следующих факторов наиболее критичен для разработки успешной маркетинговой стратегии банка?

А. Выбор цветовой гаммы логотипа
Б. Анализ конкурентной среды
В. Наличие бюджета на рекламу

12. Какие из следующих методов ценообразования наиболее подходящим для банка, стремящегося привлечь молодежную аудиторию?

А. Психологическое ценообразование
Б. Ценообразование на основе затрат
В. Ценообразование по конкурентам
Г. Ценообразование на основе ценности

13. Какой из следующих кредитных продуктов может быть наиболее привлекательными для малого бизнеса?

А. Овердрафт
Б. Краткосрочные кредиты
В. Ипотечные кредиты
Г. Лизинг

14. Установите последовательность факторов, наибольшим образом влияющих на решение потребителя о выборе банка

Уровень обслуживания - 2
Реклама в социальных сетях - 4
Условия кредитования - 1
Местоположение отделения - 3

Раздел 2. Кредитная политика: управление рисками и клиентскими отношениями

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Сопоставьте виды рыночной стратегии и их цели

Лидерство в издержках - Создание уникального продукта или услуги
Дифференциация - Уменьшение затрат для достижения конкурентного преимущества
Фокусировка на нише - Ориентация на узкий сегмент рынка
Инновации - Введение новых технологий или идей

2. Сопоставьте факторы, влияющие на кредитование с их описанием

Экономическая стабильность - Уровень задолженности заемщика в прошлом
Процентные ставки - Общая ситуация в экономике страны
Кредитная история заемщика - Условия на финансовом рынке в данный момент
Рыночные условия - Стоимость заимствования средств

3. Сопоставьте цели маркетинга и их определения

Увеличение продаж - Процесс изучения потребностей и предпочтений потребителей
Повышение узнаваемости бренда - Стремление создать постоянных клиентов
Установление лояльности клиентов - Рост объема реализуемой продукции
Исследование рынка - Расширение осведомленности о товаре

4. Сопоставьте типы банковских услуг и их описание

Депозитные услуги - Помощь в управлении активами и инвестициями клиентов
Кредитные услуги - Предоставление займов и кредитов клиентам
Инвестиционные услуги - Открытие и ведение счетов для хранения средств клиентов
Консультационные услуги - Консультации по финансовым вопросам

5. Сопоставьте каналы распространения и их особенности

Прямые продажи - Продажа товаров через онлайн-платформы
Оптовая торговля - Продажа товаров конечным потребителям через магазины
Розничная торговля - Продажа товаров другим бизнесам для последующей перепродажи
Интернет-продажи - Продажа товаров без посредников

6. Сопоставьте виды кредитных продуктов и их назначения

Кредитные карты - Финансирование покупки оборудования или транспорта с правом выкупа
Овердрафт - Небольшие кредиты на короткий срок для частных лиц или бизнеса
Лизинг - Допустимый перерасход средств на расчетном счете клиента
Микрокредиты - Пластиковые карты для безналичных расчетов и кредитования

7. Социальная ответственность

Как социальная ответственность банка может влиять на его маркетинговую стратегию?

8. Какие глобальные тренды оказывают влияние на маркетинг и кредитную политику банка?

А. Цифровая трансформация
Б. Регуляторные требования
В. Устойчиое финансирование
Г. Глобальное потепление
Д. Изменение потребительских предпочтений

9. Какой из следующих методов сегментации рынка наиболее актуален для банковских услуг?

А. Географическая сегментация
Б. Демографическая сегментация
В. Психографическая сегментация
Г. Поведенческая сегментация

10. Какие из следующих рисков наиболее актуальны для банков при кредитовании физических лиц?

А. Кредитный риск
Б. Операционный риск
В. Рыночный риск
Г. Репутационный риск

11. Какие из следующих технологий могут существенно изменить банковский маркетинг в ближайшие годы?

А. Искусственный интеллект
Б. Блокчейн
В. Интернет вещей
Г. Традиционные рекламные методы

Раздел 3. Промежуточная аттестация

Форма контроля/оценочное средство:

Вопросы/Задания:

.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Четвертый семестр, Зачет
Контролируемые ИДК: ПК-П1.1 ПК-П5.1 ПК-П1.2 ПК-П5.2 ПК-П1.3

Вопросы/Задания:

1. Понятие и принципы банковского маркетинга

2. Необходимость банковского маркетинга и его особенности

3. Функции банковского маркетинга

4. Методические приемы маркетингового анализа в банковской сфере

5. Структура и виды организации банковского маркетинга

6. Теоретико-методологические основы банковского маркетинга

7. Сущностная характеристика реализации кредитной политики банка

8. Методы выявления стратегических возможностей банка

9. Построение маркетинговой информационно-аналитической системы в банке

10. Методология и методика организации маркетинговых исследований в банке

11. Формирование маркетинговой среды банка

12. Проблемы функционирования розничных и корпоративных сегментов рынка банковских услуг

13. Современные методы изучения потребительского спроса на банковские услуги

14. Методы и приемы сегментного анализа рынка банковских услуг

15. Выбор критериев сегментации рынка банковских услуг

16. Этапы разработки новых видов банк-х кредитных продуктов

17. Методы определения конкурентоспособности банка в области ценовой политики на банковские кредитные продукты

18. Методы оценки потребительского спроса на банковские кредитные продукты

19. Методы операционно-стоимостного анализа структуры затрат на банковские кредитные продукты

20. Методы анализа ценового сегмента продуктового ряда банков-конкурентов

21. Современные методы ценообразования на банковские продукты

22. Определение и оценка факторов, влияющих на формирование цены банковских кредитных продуктов

23. Формирование систем доставки банковских кредитных продуктов

24. Методы формирования продуктовой стратегии банка на депозитном сегменте рынка

25. Методы формирования продуктовой стратегии банка на кредитном сегменте рынка

26. Методы формирования продуктовой стратегии банка на валютном сегменте рынка

27. Методы формирования продуктовой стратегии банка на фондовом сегменте рынка

Заочная форма обучения, Четвертый семестр, Зачет
Контролируемые ИДК: ПК-П1.1 ПК-П5.1 ПК-П1.2 ПК-П5.2 ПК-П1.3
Вопросы/Задания:

1. Этапы разработки новых видов банковских кредитных продуктов

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова,, И. В. Грошев,, Ю. А. Давыдова, [и др.]; под редакцией Н. Д. Эриашвили. - Интегрированные маркетинговые коммуникации - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 391 c. - 978-5-238-03060-9. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/141632.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1933163 (дата обращения: 21.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Стратегический маркетинг для магистров: Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 1 - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 354 c. - 978-5-16-010937-4. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1153/1153779.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Синки, Д. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Д. Синки; . - 1 - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 1018 c. - 978-5-9614-0344-2. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/0926/926124.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Букирь,, М. Я. Кредитная работа в банке: методология и учет / М. Я. Букирь,. - Кредитная работа в банке: методология и учет - Москва, Саратов: ЦИПСиР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 239 c. - 978-5-4486-0808-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/86161.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Маркетинг и кредитная политика банков: метод. указания / Краснодар: КубГАУ, 2021. - 24 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=9908 (дата обращения: 12.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. https://www.bis.org - Официальный сайт Банка международных расчетов
2. https://www.naufor.ru - Официальный сайт Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР)
3. https://www.finam.ru - Официальный сайт АО «Инвестиционная компания «Финам»»
4. http: // www.arb.ru/ - Официальный сайт ассоциации российских банков
5. https://minfin.gov.ru/ - Минфин России
6. https://www.fedsfm.ru - Официальный сайт Росфинмониторинг
7. https://cbr.ru/ - Сайт ЦБ РФ

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

– обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;

– фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;

– организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;

– контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1 Microsoft Windows - операционная система.

2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1 Гарант - правовая, https://www.garant.ru/

2 Консультант - правовая, https://www.consultant.ru/

3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, https://elibrary.ru/

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специлитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.
Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Учебная аудитория
305зоо
Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.
307зоо
Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.

Лекционный зал
415зоо
LED Экран - 1 шт.
PTZ камера (Pan-tit-zoom-камера) с функцией слежения за лектором Yealink UVC86 (комплект) - 1 шт.
USB Аудио интерфейс 4 входа/4 выхода AUdient EVO 8 - 1 шт.
Wi-Fi точка доступа Ubiquiti UniFi 6 Lite - 1 шт.
акустическая система Begringer B212XL - 1 шт.
акустическая система Begringer B212XL (1) - 1 шт.
акустическая система JBL Control 25, ALTO Mistral 900 (1) - 1 шт.
Архитектурный лючок для подключения кабелей Wize WRTS-RR-B - 1 шт.
Вешалка д/верхней одежды - 6 шт.
ИБП Powerman Back Pro 1500 - 1 шт.
Интерактивный монитор для трибуны Lumien LFT2201PC - 1 шт.
компьют. i3-530/2.93Ггц/2x10 24Гб/320Гб - 1 шт.
Компьютер персональный IRU i5/8Gb/256Gb SSD - 1 шт.
компьютер с интерактивным дисплеем HP 7300 E/SMART Podium ID350 - 1 шт.
компьютер с интерактивным дисплеем HP 7300 E/SMART Podium ID350 (1) - 1 шт.
Крепление с выключателем XLR под микрофон Relacart FM200 - 1 шт.
Микрофон на трибуну Relacart EG-121 (компл) - 1 шт.
Монитор для стола преподавателя HUAWEI B3-243H - 1 шт.
Облучатель-рециркулятор воздуха 600 - 1 шт.
Облучатель-рециркулятор воздуха 600 (1) - 1 шт.
Проектор Epson EB-X06 - 1 шт.
Проектор Epson EB-X06 (2) - 1 шт.
Радиосистема 1 + 1 микрофон ITC T-521 CFUV - 1 шт.
Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE - 1 шт.
Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE (1) - 1 шт.
Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE (2) - 1 шт.
Усилитель Behringer NX3000D - 1 шт.
экран с электроприводом 350x265 Spectra - 1 шт.
425зоо
Вешалка д/верхней одежды - 6 шт.
Доска ДК 11Э2410 - 1 шт.
Облучатель-рециркулятор воздуха 600 (1) - 1 шт.
Проектор Epson EB-X06 (2) - 1 шт.
Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE - 1 шт.

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodl.

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodl.

Практические занятия

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;

– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;

– при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;

– с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и

др.;
– при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.
Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:
– письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
– устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
– с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.
Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.
В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:
– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
– увеличение продолжительности проведения аттестации;
– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).
Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АОПОП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскопечатную информацию в аудиальную или тактильную форму;
– возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
– использование инструментов «лупа», «прожектор» при работе с интерактивной доской;
– озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
– обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
– наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
– обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
– минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
– возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
– увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;

– минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
– применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):
– возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
– опора на определенные и точные понятия;
– использование для иллюстрации конкретных примеров;
– применение вопросов для мониторинга понимания;
– разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
– увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, аппеляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
– обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания них;
– наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскопечатную информацию;
– наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
– наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
– наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
– особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
– чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
– соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на час¬ти; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);

– минимизация внешних шумов;
– предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
– сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):
– наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
– наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
– наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
– предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
– сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
– применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
– стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
– наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина "Маркетинг и кредитная политика банков" ведется в соответствии с календарным учебным планом и расписанием занятий по неделям. Темы проведения занятий определяются тематическим планом рабочей программы дисциплины.