

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

ФАКУЛЬТЕТ «ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»



19.04.

2021 г.

Рабочая программа дисциплины
МАРКЕТИНГ И КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКОВ

Направление подготовки

38.04.08 Финансы и кредит

Направленность

Финансы и кредит

Уровень высшего образования

магистратура

Форма обучения

очная, заочная

Краснодар

2021

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг и кредитная политика банков» разработана на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению 38.04.08 Финансы и кредит, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 991.

Автор:

д-р экон. наук, доцент
кафедры денежного
обращения и кредита



Д.Я. Родин

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры денежного обращения и кредита от 14.04.2021 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой
д-р экон. наук, профессор



Л.Ю. Питерская

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии факультета «Финансы и кредит», протокол от 16.04.2021 г. № 8

Председатель
методической комиссии
канд. экон. наук, доцент



О.А. Герасименко

Руководитель
основной
профессиональной
образовательной
программы
д-р экон. наук, профессор



Н.В. Липчиу

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг и кредитная политика банков» является 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 дисциплины

— исследование 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 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПКС-1 – Способен владеть методами аналитической работы при оценке тенденций и прогнозов развития национального и международного финансовых рынков и финансовых институтов;

ПКС-5 - 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.

В результате изучения дисциплины обучающийся готовится к освоению трудовых функций и выполнению трудовых действий:

ИД_{ПКС-1.1.} - Анализирует направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.

ИД_{ПКС-1.2.} - 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.

ИД_{ПКС-1.3.} - Предлагает варианты прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.

ИД_{ПКС-5.1.} - 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.

ИД_{ПКС-5.2.} - 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.

3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

«Маркетинг и кредитная политика банков» является дисциплиной части учебного плана ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений по подготовке обучающихся по направлению 38.04.08 Финансы и кредит, направленность «Финансы и кредит»

4 Объем дисциплины (108 часов, 3 зачетных единиц)

Виды учебной работы	Объем, часов	
	Очная	Заочная
Контактная работа	33	11
в том числе:		
— аудиторная по видам учебных занятий	32	10
— лекции	8	4
— практические	24	6
- лабораторные	-	-
— внеаудиторная	1	1
— зачет	1	1
— экзамен	-	-

Виды учебной работы	Объем, часов	
	Очная	Заочная
— защита курсовых работ (проектов)	-	-
Самостоятельная работа в том числе:	75	97
— курсовая работа (проект)	-	-
— прочие виды самостоятельной работы	75	97
Итого по дисциплине	108	108
в том числе в форме практической подготовки		

5 Содержание дисциплины

По итогам изучаемой дисциплины обучающиеся сдают зачет.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 4 семестре по учебному плану очной формы обучения, на 2 курсе, в 4 семестре по учебному плану заочной формы обучения.

Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

№ П / П	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
1	Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере. Составные	ПКС - 1, ПКС-5	4	2		2				15

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	части маркетинговой политики в системе стратегического и тактического управления банком. Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг									
2	Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере. Необходимость и сущность проведения маркетинговых исследований. Прямые и косвенные исследования. Система организации маркетинговых исследований рынка банковских услуг. Этапы проведения SWOT-анализа. Рыночные характеристики. Показатели услуг, показатели конкуренции, характеристика	ПКС - 1, ПКС-5	4	-		2				10

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	среды. Оценка конкурентоспособности банка на финансовом рынке.									
3	<p>Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка</p> <p>Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги.</p> <p>Формирование продуктовой политики банка.</p> <p>Разработка новых банковских продуктов и услуг.</p> <p>Этапы жизненного цикла банковского продукта.</p> <p>Особенности формирования маркетинговой конкурентоспособной стратегии.</p> <p>Особенности формирования коммуникационной стратегии банка.</p> <p>Продуктовая, корпоративная и имиджевая реклама банка.</p>	ПКС - 1, ПКС-5	4	2		4				5

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	Послепродажное обслуживание банковских продуктов									
4	Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг Структурный анализ различных секторов финансового рынка. Особенности определения доли банка на различных секторах финансового рынка. Маркетинг кредитного сектора рынка - основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов и депозитов. Маркетинг депозитного рынка - основные виды клиентов; ресурсы и их параметры	ПКС - 1, ПКС-5	4	2		2				10
5	Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков	ПКС - 1, ПКС-5	4	-		4				5

№ П / П	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	финансовых услуг Маркетинг рынка ценных бумаг: структура фондового портфеля банка по основным и производным финансовым инструментам. Особенности влияния валютного рынка на смежные сектора.									
6	Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии Рынок корпоративных клиентов, его сегменты и их основные характеристики. Варианты и влияние корпоративных клиентов на экономику (региональный аспект). Особенности формирования кредитной политики в отношении	ПКС - 1, ПКС- 5	4	-		4				10

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	корпоративного сектора экономики. Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая, продуктовая, коммуникационная									
7	Особенности формирования кредитной Политики банка на розничном рынке финансовых услуг Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке. Методы управления рисками банков при реализации кредитных	ПКС - 1, ПКС- 5	4	2		2				5

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	стратегий. Особенности оценки конкурентоспособности кредитных стратегий универсальных и специализированных банков. Понимание потребностей состоятельных клиентов, связанных с кредитными и депозитными потребностями. Определение жизненного цикла выявленных потребностей, качественное и количественное определение рисков. Разработка глобального предложения кредитных продуктов и услуг по управлению имуществом физических лиц.									
8	Проблемы трансформации и банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях	ПКС - 1, ПКС-5	4	-		4				5

№ П / П	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	<p>движения финансового капитала</p> <p>Современные тенденции развития рынка финансовых услуг.</p> <p>Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации.</p> <p>Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий.</p> <p>Этапы формирования финансовых инноваций в банковской деятельности</p>									
	Курсовая работа(проект)									*
Итого				8		24		-	-	75

Содержание и структура дисциплины по заочной форме обучения

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
1	<p>Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере</p> <p>Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере.</p> <p>Составные части маркетинговой политики в системе стратегического и тактического управления банков. Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг</p>	ПКС-1, ПКС-5	4	2		2				20
2	Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.	ПКС-1, ПКС-5	4	-		2				27

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	Необходимость и сущность проведения маркетинговых исследований. Прямые и косвенные исследования. Система организации маркетинговых исследований рынка банковских услуг Этапы проведения SWOT- анализа. Рыночные характеристики. Показатели услуг, показатели конкуренции, характеристика среды. Оценка конкурентоспособности банка на финансовом рынке.									
3	Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги. Формирование продуктовой политики банка. Разработка новых	ПКС-1, ПКС-5	4	2		-				10

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	банковских продуктов и услуг. Этапы жизненного цикла банковского продукта. Особенности формирования маркетинговой конкурентоспособной стратегии. Особенности формирования коммуникационной стратегии банка. Продуктовая, корпоративная и имиджевая реклама банка. Послепродажное обслуживание банковских продуктов									
4 , 5	Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг Структурный анализ различных секторов финансового рынка. Особенности определения доли банка на различных секторах финансового	ПКС-1, ПКС-5	4	-		2				20

№ П / П	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	рынка. Маркетинг кредитного сектора рынка - основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов и депозитов. Маркетинг депозитного рынка- основные виды клиентов; ресурсы и их параметры									
6	Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии Рынок корпоративных клиентов, его сегменты и их основные характеристики . Варианты и влияние корпоративных клиентов на экономику (региональный аспект). Особенности формирования кредитной политики в отношении корпоративного сектора	ПКС-1, ПКС-5	4	-		-				10

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	экономики. Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая, продуктовая, коммуникационная									
7	Особенности формирования кредитной политики банка на розничном рынке финансовых услуг Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке. Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий. Особенности оценки конкурентоспо-	ПКС-1, ПКС-5	4	-		-				5

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	<p>способности кредитных стратегий универсальных и специализированных банков. Понимание потребностей состоятельных клиентов, связанных с кредитными и депозитными потребностями. Определение жизненного цикла выявленных потребностей, качественное и количественное определение рисков. Разработка глобального предложения кредитных продуктов и услуг по управлению имуществом физических лиц.</p>									
8	<p>Проблемы трансформации и банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового капитала Современные</p>	<p>ПКС-1, ПКС-5</p>	4	-		-				5

№ п / п	Тема. Основные вопросы	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						
				Лекции	в том числе в форме практической подготовки	Практические занятия	в том числе в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	в том числе в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа
	тенденции развития рынка финансовых услуг. Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации. Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий. Этапы формирования финансовых инноваций в банковской деятельности									
	Курсовая работа(проект)									*
Итого				4	-	6	-	-	-	97

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Методические указания (для самостоятельной работы)

1. Маркетинг и кредитная политика банков : МУ по организации самостоятельной работы / Л. Ю. Питерская, Д. Я. Родин, О. С. Зиниша, Н. А. Тлишева Электронный ресурс. — Режим доступа:https://edu.kubsau.ru/file.php/121_2020.pdf

2. Маркетинг и кредитная политика банков : МУ к проведению семинарских занятий / Л. Ю. Питерская, Д. Я. Родин, О. С. Зиниша, Н. А.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО

Номер семестра*	Этапы формирования и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОПОП ВО
ПКС-1 - Способен владеть методами аналитической работы при оценке тенденций и прогнозов развития национального и международного финансовых рынков и финансовых институтов.	
2	Финансовые рынки и финансово-кредитные институты
2	Практика по профилю профессиональной деятельности
3	Научно-исследовательская работа
4	Международные операции банков
4	<i>Маркетинг и кредитная политика банков</i>
4	Преддипломная практика
4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКС-5 - 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.	
3	Финансовые и денежно-кредитные методы регулирования экономики в отраслях АПК
3	Научно-исследовательская работа
4	Стратегический финансовый менеджмент и его особенности в аграрных формированиях
4	<i>Маркетинг и кредитная политика банков</i>
4	Преддипломная практика
4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

*Номер семестра соответствует этапу формирования компетенции

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено		Зачтено		
	неудовлетвор ительно (минимальны й не достигнут)	удовлетвори тельно (минимальны й пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
ПКС-1 - Способен владеть методами аналитической работы при оценке тенденций и прогнозов развития национального и международного финансовых рынков и финансовых институтов.					

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено		Зачтено		
	неудовлетворительно (минимальный не достигнут)	удовлетворительно (минимальный пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
ИД ПКС-1.1. Анализирует направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.	Уровень знаний ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки при анализе направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.	Минимально допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок. Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи. Имеется минимальный набор навыков для анализа направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач, продемонстрированы базовые навыки анализа направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач, продемонстрированы базовые навыки анализа направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических национальных и мировых тенденций.	реферат, доклад, тест, контрольное задание, научная дискуссия, вопросы к зачету
ИД ПКС-1.2. Использует специальные профессиональные знания	Имели место грубые ошибки при использовании	Допущено много негрубых ошибок при использовании	Допущено несколько негрубых ошибок при использовании	Продемонстрированы все основные умения при использовании	реферат, доклад, тест, контрольное задание, научная

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено		Зачтено		
	неудовлетворительно (минимальный не достигнут)	удовлетворительно (минимальный пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
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.	специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обосновании оптимальности их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике.	и специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обосновании оптимальности их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике.	и специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обосновании оптимальности их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике.	и специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обосновании оптимальности их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике.	дискуссия, вопросы к зачету
ИД ПКС-1.3. Предлагает варианты прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.	Уровень знаний ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имели место грубые ошибки, не продемонстрированы базовые навыки в области предложения	Минимально допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок. Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, продемонстрированы базовые	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, Продемонстрированы навыки при решении	реферат, доклад, тест, контрольное задание, научная дискуссия, вопросы к зачету

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено		Зачтено		
	неудовлетворительно (минимальный не достигнут)	удовлетворительно (минимальный пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
	вариантов прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.	недочетами в области предложения вариантов прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.	навыки при решении стандартных задач в области предложения вариантов прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.	нестандартных задач в области предложения вариантов прогнозов и сценариев развития национального и международного финансовых рынков и финансово-кредитных институтов.	
ПКС-5 - 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.					
ИД ПКС-5.1. 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.	Уровень знаний ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки в понимании основных принципов, инструментов и методов разработки и реализации финансовой стратегии организации, формулировке направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте	Минимально допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок. Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи. Имеется минимальный набор навыков для понимания основных принципов, инструментов и методов разработки и реализации финансовой	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач,	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач, продемонстрированы	реферат, доклад, тест, контрольное задание, научная дискуссия, вопросы к зачету

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено	Зачтено			
	неудовлетворительно (минимальный не достигнут)	удовлетворительно (минимальный пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
	общеэкономических тенденций.	стратегии организации, формулировке направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций.	продемонстрированы базовые навыки понимания основных принципов, инструментов и методов разработки и реализации финансовой стратегии организации, формулировке направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций.	базовые навыки понимания основных принципов, инструментов и методов разработки и реализации финансовой стратегии организации, формулировке направления развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических тенденций.	
ИД ПКС-5.2. Разрабатывают 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,	Имели место грубые ошибки при использовании специальных профессиональных знаний и навыков в области разработки сбалансированной системы показателей, ориентированной на стратегические цели и повышение финансовой устойчивости организаций (в том числе	Допущено много негрубых ошибок при использовании специальных профессиональных знаний и навыков в области разработки сбалансированной системы показателей, ориентированной на стратегические цели и повышение финансовой устойчивости организаций	Допущено несколько негрубых ошибок при использовании специальных профессиональных знаний и навыков в области разработки сбалансированной системы показателей, ориентированной на стратегические цели и повышение финансовой устойчивости организаций	Продemonстрированы все основные умения при использовании специальных профессиональных знаний и навыков в области разработки сбалансированной системы показателей, ориентированной на стратегические цели и повышение финансовой устойчивости организаций	реферат, доклад, тест, контрольное задание, научная дискуссия, вопросы к зачету

Планируемые результаты освоения компетенции (индикаторы достижения компетенции)	Уровень освоения				Оценочное средство
	Незачтено		Зачтено		
	неудовлетвор ительно (минимальны й не достигнут)	удовлетвори тельно (минимальны й пороговый)	хорошо (средний)	отлично (высокий)	
региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенн ости.	финансово- кредитных) на основе нормативно- правовой базы и особенностей отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенн ости.	(в том числе финансово- кредитных) на основе нормативно- правовой базы и особенностей отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенн ости.	(в том числе финансово- кредитных) на основе нормативно- правовой базы и особенностей отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенн ости.	(в том числе финансово- кредитных) на основе нормативно- правовой базы и особенностей отрасли, региона и экономики в целом с учетом фактора неопределенн ости.	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП ВО

Компетенция: Способен владеть методами аналитической работы при оценке тенденций и прогнозов развития национального и международного финансовых рынков и финансовых институтов (ПКС-1):

Темы рефератов

1. Виды методологических подходов и их роль в содержательной основе банковского маркетинга
2. Характеристика основных принципов системного анализа в банковском маркетинге.
3. Компетенции банковских менеджеров, осуществляющих анализ маркетинговой ситуации на рынке финансовых услуг.
4. Информационные источники формирования маркетинговой стратегии банка на кредитном секторе финансового рынка
5. Показатели эффективности кредитной активности банковского института
6. Проблемы оценки устойчивости конкурентных стратегий банковского института
7. Каковы особенности определения доли банка на различных секторах финансового рынка
8. Характерные особенности диалектического подхода к исследованию

рынка банковских услуг;

9.Характерные особенности процессного подхода к исследованию финансовых инноваций;

10.Характерные особенности ситуационного подхода к исследованию финансового поведения;

11.Характерные особенности функционального подхода к исследованию бизнес-процессов;

12.Характерные особенности рефлексивного подхода к исследованию развития рынка финансовых услуг

13.Анализ системы коммуникаций в управлении банка.

14.Методы и приёмы анализа маркетинговой среды в банке

15.Методы оценки конкурентоспособности банка на финансовом рынке

16.Информационная база о клиенте: материалы из прессы, кредитные истории, налоговые досье

17.Методы прогнозирования этапов жизненного цикла банковского продукта

18. Особенности формирования коммуникационной стратегии банка

19.Методы оценки продуктовой, корпоративной и имиджевой рекламы банка

20.Дифференциация послепродажного обслуживания банковских продуктов

21.Оценка рисков при внедрении альтернативных кредитных и депозитных продуктов

22.Оценка структуры фондового портфеля банка по основным и производным финансовым инструментам

23.Оценка показателей услуг и показателей конкуренции, характеризующих банковскую среду.

24.Параметры и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации

25. Методы прогнозирования потребностей корпоративных клиентов и рисков возможностей банка

26.Характеристика методов управления рисками банковских институтов при реализации кредитных стратегий

27.Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики

28.Особенности банковского кредитного предложения розничных продуктов и услуг

Темы докладов

1.Разработка производственно-технических характеристик рыночной среды банковского института

2.Обзор подходов к формированию маркетинговой конкурентоспособной стратегии

3.Методы достижения эффективности послепродажного кредитного обслуживания клиентов.

4.Мотивации клиентов: критерии выбора банка, коммерческое поведение клиента, мотивы покупок

5.Методология процесса бизнес-планирования для персональных менеджеров корпоративных клиентов

6.Концептуальные основы формирования жизненного цикла банковских потребностей

7.Проблемы функционирования бэк-офисов и фронт-офисов розничного банка

8.Системная связь между ориентирами Банка России и кредитной политики банка

9.Выбор источников финансирования финансово-экономического развития банковских институтов

10.Составление финансового баланса имущества корпоративного клиента.

11.Эффективности реализации маркетинговой и финансово-кредитной политики универсального и розничного банков

12.Охарактеризуйте формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий

13.Трансформационные процессы маркетинговой и финансово-кредитной политики российских банков на переходном этапе трансформации финансового рынка

14. Количественный и качественный подходы к исследованию проблем управления кредитным мониторингом банка.

15. Системный анализ в исследовании системы управления процессами банковского маркетинга

16.Эксперимент в исследовании системы управления банком

17.Анализ разделения и кооперации труда в управлении банком

18.Функционально-структурный анализ системы управления организации.

19.Гипотеза и ее роль в исследовании системы кредитного менеджмента банка

20.Методология и организация исследования системы кредитного процесса

21.Оценка рисков бизнес-процессов исследования кредитного потенциала банка.

22. Экспертные оценки в исследовании системы управления кредитными рисками

23.Стресс-тестирование в исследовании системы управления маркетинговой средой банка

24.Фактологическое обеспечение процесса исследований оценки рисков системы управления кредитованием

25. Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации

26. Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий

27. Трансформационные процессы маркетинговой и кредитной политики российских банков на переходном этапе к цифровой экономике

28. Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий

29. Показатели эффективности кредитной активности банковского института

30. Выбор источников прогнозного финансирования при кредитовании производственного, инвестиционного и финансового циклов корпорации

31. Взаимосвязь между ориентирами Банка России и кредитной политики банковского института

32. Концепция построения системы стратегического управления банковским институтом

33. Имитационное моделирование системы управления банком в условиях турбулентных процессов на рынке финансовых услуг

34. Применение метода «структуризации целей» в исследовании и совершенствовании системы управления банком

35. Концепция и ее роль в исследовании системы маркетингового управления банком.

36. Предмет и объект в исследовании маркетингового управления и его особенности

37. Программа и план развития системы маркетингового управления банком.

38. Кредитная стратегия и ее роль в совершенствовании системы управления банком

39. Интуиция, здравый смысл и логика и их роль в маркетинговых исследованиях системы продвижения банковских продуктов

40. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке

41. Кредитная стратегия и ее роль в совершенствовании системы управления банком

42. Развитие деятельности отраслевых банков и их влияние на модели кредитной политики

43. Функционально-структурный анализ системы управления организации

44. Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации

45. Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий

46. Трансформационные процессы маркетинговой и кредитной политики российских банков на переходном этапе к цифровой экономике

Тесты

1. Банковский продукт – это

1. Экономическая категория, определяемая как продукт, реализуемый на рынке. Объект купли-продажи

+2. Совокупность основных потребительских характеристик продукта, которые удовлетворяют определенные потребности покупателя

3. Предоставляемые потребителю услуги и льготы, дополняющие продукт и облегчающие его реализацию

4. «Окружение» продукта как такового (дизайн продукта, качество продукта, его оформление, марка, упаковка)

2. Расположите этапы превращения замысла в банковский продукт от исходного к конечному

1. Новые потребности

2. Нужда

3. Конкретизация потребности

4. Анализ потребности и поиск идеи

5. Опытное производство

6. Серийное производство

7. Технология маркетинга

8. Банковский продукт, удовлетворяющий конкретную потребность

9. Потребление банковского продукта

10. Контроллинг

2,3,4,5,6,7,8,9,1

3. Какие проблемы охватывает продуктовая политика банковского института:

+1. Создание и вывод на рынок нового банковского продукта

2. Изучение потребностей клиентов

+3. Модификация банковского продукта

4. Технология создания банковского продукта

+5. Дальнейшее производство имевших ранее спрос банковского продукта

4. В соответствии с целевым назначением банковские продукты бывают:

+1. Потребительские продукты

+2. Продукты корпоративного назначения

3. Продукты, поставляемые на потребительский рынок

4. Продукты, поставляемые на рынок производителей

5. Продукты, поставляемые на рынок посредников

5. В соответствии с типом рынка продукты бывают:

1. Потребительские продукты

2. Продукты производственно-технического назначения

+3. Продукты, поставляемые на потребительский рынок

+4. Продукты, поставляемые на рынок производителей

+5. Продукты , поставляемые на рынок посредников

6. *В соответствии с ассортиментом банковских операций продукты бывают:*

1. Потребительские продукты

+2. Кредитные продукты

+3. Депозитные продукты

+4. Фондовые продукты

5. Продукты индивидуального пользования

7. *В соответствии с числом потребителей продукты бывают:*

1. Потребительские продукты

2. Сырье, материалы

3. Полуфабрикаты

+4. Продукты розничного предложения

+5. Продукты индивидуального пользования

8. *Потребительские банковские продукты – это:*

+1. Продукты, приобретаемые для личного (семейного) потребления

2. Продукты , приобретаемые частными лицами или организациями для их дальнейшей переработки или применения

9. *Продукты корпоративного назначения – это:*

1. Продукты , приобретаемые для личного (семейного) потребления

+2. Продукты , приобретаемые корпорациями для дальнейшего применения в бизнес-процессах

10. *Банковские продукты повседневного спроса – это:*

+1. Потребительские банковские продукты и услуги, которые обычно приобретаются часто, без раздумий, с минимальным сравнением с альтернативным предложением

2. Потребительские банковские продукты, которые клиент в процессе выбора сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления

3. Потребительские банковские продукты с уникальными характеристиками или марками, ради которых потребители готовы затратить дополнительные транзакционные расходы

4. Потребительские банковские продукты, о приобретении которых покупатель обычно не думает

11. *Банковские продукты предварительного выбора – это:*

1. Потребительские банковские продукты и услуги, которые обычно приобретаются часто, без раздумий, с минимальным сравнением с альтернативным предложением

+2. Потребительские банковские продукты, которые клиент в процессе выбора сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления

3. Потребительские банковские продукты с уникальными характеристиками или марками, ради которых потребители готовы затратить дополнительные транзакционные расходы

4. Потребительские банковские продукты, о приобретении которых покупатель обычно не думает

12. Банковские продукты особого спроса – это:

1. Потребительские банковские продукты и услуги, которые обычно приобретаются часто, без раздумий, с минимальным сравнением с альтернативным предложением

2. Потребительские банковские продукты, которые клиент в процессе выбора сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления

+3. Потребительские банковские продукты с уникальными характеристиками или марками, ради которых потребители готовы затратить дополнительные транзакционные расходы

4. Потребительские банковские продукты, о приобретении которых покупатель обычно не думает

13. Банковские продукты пассивного спроса – это:

1. Потребительские банковские продукты и услуги, которые обычно приобретаются часто, без раздумий, с минимальным сравнением с альтернативным предложением

2. Потребительские банковские продукты, которые клиент в процессе выбора сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления

3. Потребительские банковские продукты с уникальными характеристиками или марками, ради которых потребители готовы затратить дополнительные транзакционные расходы

+4. Потребительские банковские продукты, о приобретении которых покупатель обычно не думает

14. Основные банковские продукты – это:

+1. Банковские продукты, покупаемые потребителем регулярно

2. Банковские продукты, доступные для покупки во многих местах и приобретаемые без предварительного планирования и поисков на основе внезапно возникшего желания

3. Банковские продукты, приобретаемые в результате острой нужды в них

4. Банковские продукты, покупаемые потребителем в результате активной рекламной компании

15. Банковские продукты импульсной покупки – это:

1. Банковские продукты, покупаемые потребителем регулярно

+2. Банковские продукты, доступные для покупки во многих местах и приобретаемые без предварительного планирования и поисков на основе внезапно возникшего желания

3. Банковские продукты, приобретаемые в результате острой нужды в них

4. Банковские продукты, покупаемые потребителем в результате активной рекламной компании

16. Экстренные банковские продукты – это:

1. Банковские продукты , покупаемые потребителем регулярно
2. Банковские продукты , доступные для покупки во многих местах и приобретаемые без предварительного планирования и поисков на основе внезапно возникшего желания

+3. Банковские продукты, приобретаемые в результате острой нужды в них

4. Банковские продукты , покупаемые потребителем в результате активной рекламной компании

17. Целевые ориентиры реализации продуктовой политики банка

1. Реализация банковских продуктов и услуг

+2. Обеспечение прибыли

3. Коммуникации с потребителем

+4. Увеличение оборота предложения банковских продуктов и услуг

5. Повышение эффективности рекламы

+6. Увеличение доли рынка

7. Бенчмаркинг

+8. Снижение расходов на продвижение и маркетинг

9. Изучение конкурентной среды

+10. Повышение имиджа

11. Выяснение предпочтений потребителей

+12. Рассеивание риска

18. Расположите основные стадии жизненного цикла спроса от исходного к конечному

1. Ускорение роста спроса

2. Замедление роста спроса

3. Зрелость

4. Затухание

5. Зарождение спроса

6. Возникновение нужды

5,1,2,3,4

19. Жизненный цикл банковского продукта

+1. Характеризует динамику поведения банковского продукта на рынке

+2. Выступает как идеальная модель реакции рынка на продуктивное предложение рынка

+3. Ограничивает время нахождения банковского продукта на рынке

4. Характеризует статику поведения банковского продукта на рынке

20. На стадии разработки банковского продукта осуществляется:

+1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок

2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж

3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу

4. Максимизация оборота банковского продукта

5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке

6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

21. На стадии массового распространения и внедрения продуктового ряда осуществляется

1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок
- +2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж
3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу
4. Максимизация оборота банковского продукта
5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке
6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

22. На стадии роста банковского продукта осуществляется

1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок
2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж
- +3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу
4. Максимизация оборота банковского продукта
5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке
6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

23. На стадии зрелости продуктового предложения осуществляется

1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок
2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж
3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу
- +4. Максимизация оборота банковского продукта
5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке
6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

24. На стадии насыщения продуктом рыночной ниши осуществляется

1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок
2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж
3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу
4. Максимизация оборота банковского продукта
- +5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке
6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

25. На стадии спада продвижения банковского продукта осуществляется

1. Решение об организации выведения банковского продукта на рынок
2. Появление банковского продукта на рынке и рост объема продаж
3. Увеличение объема продаж, прибыльности, снижение расходов на маркетинг, стимулирование объема сбыта и рекламу
4. Максимизация оборота банковского продукта
5. Сохранение прибыльности банковского продукта на рынке

+6. Устаревание банковского продукта, сокращение ассортиментного ряда, уход с рынка

26. Стадия разработки жизненного цикла банковских продуктов включает следующее содержание

+1. Анализ возможностей позиционирования банковских продуктов, исследования и опытно-конструкторские разработки, маркетинговые исследования, рыночные испытания

2. Поступление банковского продукта на рынок, рост объема продаж, ориентация на готовность покупателей к совершению покупки продукта, так как большая часть покупателей не осведомлена о нем

3. Формируется ответная реакция конкурентов, рост объема продаж изменчив и нестабилен, расходы на маркетинг стабилизируются, банковский продукт признан потребителем.

4. Расширение рынка, абсолютный рост и максимизация оборота банковских продуктов, тенденция к замедлению роста темпов объема продаж, интенсивная конкуренция.

5. Сокращение объема продаж, излишек банковских ресурсов, появление финансовых продуктов-заменителей, возможно слияние банковских институтов, продуктовая конкуренция.

27. Задачами маркетинга на стадии внедрения являются

1. Маркетинговые исследования и испытания

+2. Осведомленность о банковском продукте, создание имиджа продуктового ассортимента, укрепление позиций продукта и банковского института рынке

3. Проникновение вглубь рынка, укрепление приверженности потребителей к банковскому продукту, максимизация прибыли, распределение банковских продуктов

4. Удержание имеющихся позиций и доли рынка, захват доли рынка у слабых конкурентов, интенсификация маркетинговой деятельности

5. Исследование возможности и апробация возможности элиминации производства, поиск нового направления по использованию имеющего имиджа и потенциала

28. На стадии роста предпочтительной целевой группой конечных потребителей становятся

1. Группы, определенные по результатам маркетинговых исследований

2. Новаторы, молодежь, обеспеченные, образованные, законодатели мод, не боящиеся рисковать

+3. Лица, которые принимают новое, молодежь и лица среднего возраста, состоятельные и со средними доходами

4. Представители покупателей стадий «внедрение» и «рост»

5. Инертные личности, лица среднего и пожилого возраста, лица с небольшими доходами

29. На стадии зрелости банковский институт ставит перед собой следующие финансовые цели

1. Безубыточность

2. Прибыль за счет продаж
3. Максимальный объем прибыли
- +4. Прибыль за счет сокращения издержек
5. Сокращение затрат при уменьшении объема продаж

30. На стадии насыщения и спада наиболее приоритетными являются следующие элементы маркетинга-микса

1. Качество, реклама, цена, сервис
2. Реклама, качество, цена, сервис
3. Цена, реклама, качество, сервис
4. Квазикачество, реклама, качество сервиса, цена
- +5. Реклама, качество сервиса, цена

31. Продуктовая ассортиментная линейка банковского института – это

1. Эволюция банковских продуктов в соответствии с требованиями потребителя

+2. Группа продуктов с тождественными принципами функционирования или предназначенная для одних и тех же категорий потребителей

+3. Группа продуктов, поставляемых через однотипные точки продаж либо продаваемых в рамках определенного диапазона цен

4. Группа продуктов, поставляемые через инфокоммуникационные каналы для поддержания на них потребительского спроса

32. Банковский продуктовый ассортимент характеризуется

- +1. Широтой
- +2. Длиной
3. Высотой
- +4. Глубиной
- +5. Согласованностью

33. Широта номенклатуры кредитного предложения банка определяется

+1. Числом кредитных линий предприятия- заемщиков

2. Общим числом конкретных кредитных программ банка

3. Числом вариантов каждого кредита определенной продуктовой линейки

4. Степенью близости различных кредитных линий с точки зрения конечного использования заемных источников

34. Длина номенклатуры кредитного предложения банка определяется

1. Числом кредитных линий предприятия- заемщиков

+2. Общим числом конкретных кредитных программ банка

3. Числом вариантов каждого кредита определенной продуктовой линейки

4. Степенью близости различных кредитных линий с точки зрения конечного использования заемных источников

35. Глубина номенклатуры кредитного предложения банка определяется

1. Числом кредитных линий предприятия- заемщиков
2. Общим числом конкретных кредитных программ банка
- +3. Числом вариантов каждого кредита определенной продуктовой линейки
4. Степенью близости различных кредитных линий с точки зрения конечного использования заемных источников

Контрольное задание

Задание 1

1. Управление кредитными рисками в процессе предложения финансовых розничных продуктов.
2. Методы и инструменты формирования ценовой политики на рынках финансовых продуктов.
3. **Задача.** Определите уровень депозитного риска при реализации стратегии обслуживания розничных клиентов

Задание 2

1. Формирование финансовой стратегии банка на рынке корпоративного кредитования.
2. Оценка степени рисков и доходности рекламной компании банка.
3. **Задача.** Проведите оценку рисков кредитного предложения банка и его конкурентов среди институциональных инвесторов.

Задание 3

1. Основные методы анализа операционного риска финансового поведения на рынке фондовых операций.
2. Методика оценки рыночных рисков банка при проведении PEST-анализа.
3. **Задача.** Разработайте прогноз продуктового предложения Банка в области хеджирования кредитных корпоративных клиентов

Задание 4

1. Обоснование прогнозных моделей оценки маркетинговых и финансово-экономических рисков .
2. Методика оценки стратегической позиции банка при проведении построении матрицы BCG.
3. **Задача.** Определите динамику прироста кредитного и депозитного портфеля розничного банковского бизнеса.

Научная дискуссия

1. Роль и значение стратегического маркетинга в развитии финансово-кредитной деятельности банков
2. Маркетинговое исследование инфраструктурных организаций и институтов на рынке кредитных услуг

3. Макроэкономические показатели состояния и развития кредитного рынка.
4. Проблемы маркетингового взаимодействия интересов рынка продавцов и рынка покупателей банковских продуктов и услуг
5. Институциональные основы развития кредитного рынка в РФ.
6. Особенности формирования организационной структуры маркетингового подразделения банка с выделением системных бизнес-процессов.
7. Методы факторного анализа построения диаграммы Исикавы, с выделением составляющих современной модели маркетинг-менеджмента банка.
8. Выбор критериальных параметров функционирования системы маркетинг-микса банка
9. Методы и приёмы структурного анализа различных секторов финансового рынка
10. Особенности маркетинга кредитного сектора рынка: основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов и депозитов
11. Ассортиментное предложение банковских услуг по операциям в национальной и иностранной валютах
12. Приемы и инструменты ситуационного анализа рынка банковских услуг
13. Методы управления конкурентными преимуществами банка на депозитном секторе финансового рынка
14. Стратегические ориентиры реализации кредитной политики банковского института на локальном финансовом рынке
15. Выбор параметров реализации кредитной политики при кредитовании предприятий малого бизнеса
16. Выбор оптимальной модели кредитной политики при кредитовании агрохолдингов и торговых предприятий
17. Финансово-экономические показатели стратегического позиционирования коммерческого банка на рынке финансовых инвестиций
18. Критерии выбора оптимальной модели маркетинговой стратегии банка на рынке арбитражного ценообразования опционов
19. Формирование стратегических ориентиров позиционирования коммерческого банка на рынке срочных валютных и фондовых контрактов
20. Оценка рисков реализации кредитной политики банковского института на локальном розничном рынке финансовых услуг
21. Критерии выбора оптимальной модели кредитной политики при кредитовании жителей сельских территорий
22. Критерии выбора оптимальной модели кредитной политики при кредитовании частных клиентов прайвит-банкинга

Вопросы к зачету

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.

Компетенция: *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. (ПКС-5):*

- *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 (ИДПКС-5.1.);*

- *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 (ИДПКС-5.2.).*

Темы рефератов

1. Разработка производственно-технических характеристик рыночной среды банковского института
2. Обзор подходов к формированию маркетинговой конкурентоспособной стратегии
3. Методы достижения эффективности послепродажного кредитного обслуживания клиентов.
4. Мотивации клиентов: критерии выбора банка, коммерческое поведение клиента, мотивы покупок
5. Методология процесса бизнес-планирования для персональных менеджеров корпоративных клиентов

6. Концептуальные основы формирования жизненного цикла банковских потребностей
7. Проблемы функционирования бэк-офисов и фронт-офисов розничного банка
8. Системная связь между ориентирами Банка России и кредитной политики банка
9. Выбор источников финансирования финансово-экономического развития банковских институтов
10. Составление финансового баланса имущества корпоративного клиента.
11. Эффективности реализации маркетинговой и финансово-кредитной политики универсального и розничного банков
12. Охарактеризуйте формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий
13. Трансформационные процессы маркетинговой и финансово-кредитной политики российских банков на переходном этапе трансформации финансового рынка

Темы докладов

1. Концепция построения системы стратегического управления банковским институтом
2. Имитационное моделирование системы управления банком в условиях турбулентных процессов на рынке финансовых услуг
3. Применение метода «структуризации целей» в исследовании и совершенствовании системы управления банком
4. Концепция и ее роль в исследовании системы маркетингового управления банком.
5. Предмет и объект в исследовании маркетингового управления и его особенности
6. Программа и план развития системы маркетингового управления банком.
7. Кредитная стратегия и ее роль в совершенствовании системы управления банком
8. Интуиция, здравый смысл и логика и их роль в маркетинговых исследованиях системы продвижения банковских продуктов
9. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке
10. Кредитная стратегия и ее роль в совершенствовании системы управления банком
11. Развитие деятельности отраслевых банков и их влияние на модели кредитной политики
12. Функционально-структурный анализ системы управления организации

13. Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации

14. Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковской стратегий

15. Трансформационные процессы маркетинговой и кредитной политики российских банков на переходном этапе к цифровой экономике

Тесты

1. *Маркетинговая информация – это*

1. Исчерпывающая характеристика рынка банковских услуг

+2. Информация, получаемая в ходе исследования процесса обмена результатами общественно полезной деятельности и взаимодействия по поводу такого обмена всех субъектов рыночной системы

3. Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством

4. Прогнозная характеристика рынка банковских услуг

2. *На основании маркетинговой информации возможна реализация какой концепции управления:*

+1. Маркетинговой

2. Традиционной

3 Когнитивной

4. Отношения обмена

3. *Маркетинговые исследования рынка банковских услуг включают:*

+1. Исследование рынка сбыта

+2. Исследование инструментариев маркетинга

3. Исследование мотивов

+4. Исследование внешней среды

+5. Исследование внутренней среды

6. Маркетинговая разведка

7. Бенчмаркинг

8. Исследование производительных сил

4. *Исследование рынка банковских услуг может быть:*

+1. Количественным

+2. Качественным

3. Социологическим

4. Психологическим

5. *Маркетинговое исследования рынка банковских услуг – это:*

+1. Информационная или осведомительная, разведывательная система

+2. Процесс поиска, сбора, обработки данных и подготовки информации для принятия оперативных и стратегических решений в системе финансового предпринимательства

3. Добывание информации, имеющей коммерческую ценность

6. *Бенчмаркинг – это:*

1. Проведение тестов системы управления банковским институтом на скорость, гибкость, адаптивность и другие характеристики

2. Сбор конфиденциальной или полуконфиденциальной информации об изменении внешней среды маркетинга

+3. Процесс долгосрочного обдумывания стратегии финансового предпринимательства, основывающийся на лучшем опыте партнеров и конкурентов

4. Исчерпывающая характеристика рынка банковских услуг

7. Назначение маркетинговых исследований рынка банковских услуг .

+1. Генерирование маркетинговой информации для принятия решений в области коммуникаций агентов маркетинговой системы

2. Разработка концепции общего представления о структуре и закономерностях динамики рынка и возможностей фирмы

3. Исключение из всей маркетинговой деятельности неточных оценок, риска и непроизводительных затрат труда и времени

4. Исчерпывающая характеристика рынка банковских услуг:

8. Главная цель маркетинговых исследований. рынка банковских услуг

1. Генерирование маркетинговой информации для принятия решений в области коммуникаций агентов маркетинговой системы

+2. Разработка концепции общего представления о структуре и закономерностях динамики рынка и возможностей фирмы

3. Исключение из всей маркетинговой деятельности неточных оценок, риска и непроизводительных затрат труда и времени

4. Исчерпывающая характеристика рынка банковских услуг:

9. Общая функция маркетинговых исследований рынка банковских услуг:

1. Генерирование маркетинговой информации для принятия решений в области коммуникаций агентов маркетинговой системы

2. Разработка концепции общего представления о структуре и закономерностях динамики рынка и возможностей фирмы

+3. Исключение из всей маркетинговой деятельности неточных оценок, риска и непроизводительных затрат труда и времени

4. Исчерпывающая характеристика рынка банковских услуг

10. Основные задачи маркетинговых исследований рынка банковских услуг:

+1. Обеспечивать эффективное функционирование системы банковского менеджмента

2. Заблаговременно оценивать шансы и рыночный риск

+3. Содействовать на каждой фазе поиска решений объективности и представительности деловой ситуации

4. Способствовать пониманию целей и процессу обучения банковского института

11. Расположите структурные элементы процесса принятия маркетинговых решений в логической последовательности (от исходной до конечной)

1. фаза осознания проблемы

2. фаза побуждения и инициативы исследования

3. фаза поиска

4. фаза оптимизации

5. фаза реализации

6. фаза контроля

7. фаза анализа

12. На какую целевую группу нацелен следующий комплекс задач маркетингового исследования: «типовой потребитель, имидж товара, степень известности, процесс принятия решений, критерии выбора, источники информации, успех рекламы, объем рынка, структура рынка, продолжительность рынка товара, рыночный потенциал»

+1. Потребитель

2. Оферент (конкурент)

3. Банковский институт

4. Мегарегулятор

13. На какую целевую группу нацелен следующий комплекс задач маркетингового исследования: «конкурент, стратегия сбыта, сбытовые организации, производственная программа, политика поставок, политика цен, политика условий и качества, имидж банка и банковской услуги»

1. Потребитель

+ 2. Оферент (конкурент)

3. Банковский институт .

4. Мегарегулятор

14. На какую целевую группу нацелен следующий комплекс задач маркетингового исследования: «каналы сбыта, выполнение функций, критерии выбора, ценовая политика, склады, ассортиментная политика, потоки банковских продуктов и услуг, структура клиентов, ассортимент»

1. Потребитель

2. Оферент (конкурент)

+ 3. Банковский институт .

4. Мегарегулятор

15. Для анализа какой окружающей среды банковского института необходимы следующие показатели: «наличие финансовых ресурсов, наличие денежных потоков, направления защиты окружающей среды, требования по утилизации и вторичному использованию»

+1. Экологическая окружающая среда 2. Технологическая окружающая среда

3. Экономическая окружающая среда 4. Социально-демографическая окружающая среда

5. Политическая и правовая окружающая среда

16. Для анализа какой окружающей среды банковского института необходимы следующие показатели: «технология бизнес- процессов , свойства банковского продукта, финансовые инновации , технологии-заменители, технологии утилизации»

1. Экологическая окружающая среда +2. Информационно-финансовая окружающая среда

3. Экономическая окружающая среда 4. Социально-демографическая окружающая среда

5. Политическая и правовая окружающая среда

17. Для анализа какой окружающей среды банковского института необходимы следующие показатели: «рост национального дохода, рост внешней торговли, изменение платежного баланса, изменение обменного курса, тенденции инфляции, развитие рынка капитала, развитие рынка рабочей силы, инвестиционные тенденции, ожидаемые изменения конъюнктуры, развитие особых секторов»

1. Экологическая окружающая среда
2. Информационно-финансовая окружающая среда
- +3. Экономическая окружающая среда
4. Социально-демографическая окружающая среда
5. Политическая и правовая окружающая среда

18. Для анализа какой окружающей среды банковского института необходимы следующие показатели: «рост численности населения, структура населения, социально-психологические течения»

1. Экологическая окружающая среда
2. Технологическая окружающая среда
3. Экономическая окружающая среда
- +4. Социально-демографическая окружающая среда
5. Политическая и правовая окружающая среда

19. Для анализа какой окружающей среды банковского института необходимы следующие показатели: «глобальные экономические изменения, национальные политические изменения, региональные политические изменения, экономико-политическое развитие, социально-политическое развитие, влияние профсоюзов, развитие налоговой системы»

1. Экологическая окружающая среда
2. Технологическая окружающая среда
3. Экономическая окружающая среда
4. Социально-демографическая окружающая среда
- +5. Политическая и правовая окружающая среда

20. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «барьеры, для доступа, возможность появления финансовых продуктов-заменителей»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг
2. Качественные данные о рынке банковских услуг
3. Анализ конкуренции банковской конкуренции
4. Структура покупателя
5. Структура банковской системы
6. Структура распределения
- +7. Надежность, безопасность

21. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «географические, территориальные, по каналам сбыта»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг
2. Качественные данные о рынке банковских услуг
3. Анализ конкуренции банковской конкуренции
4. Структура покупателя

5. Структура банковской системы

+6. Структура распределения

7. Надежность, безопасность

22. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «количество продавцов, вид продавцов, банковские ассоциации/союзы, концентрация сбыта, характер конкуренции»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг

2. Качественные данные о рынке банковских услуг

3. Анализ конкуренции банковской конкуренции

4. Структура покупателя

+ 5. Структура банковской системы

6. Структура распределения

7. Надежность, безопасность

23. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «количество покупателей, виды/размеры покупателей, сложности, свойственные отдельным регионам, сложности, свойственные отдельным банковским институтам»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг

2. Качественные данные о рынке банковских услуг

3. Анализ конкуренции банковской конкуренции

4. Структура покупателя

5. Структура банковской системы

6. Структура распределения

7. Надежность, безопасность

24. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «оборот/доля рынка, сильные и слабые стороны, определяемые стратегии, финансовая помощь, качество управления»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг

2. Качественные данные о рынке банковских услуг

3. Анализ конкуренции банковской конкуренции

+4. Структура покупателя

5. Структура банковской системы

6. Структура распределения

7. Надежность, безопасность

25. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «структура потребности, мотивы покупки, процессы покупки, отношение к информации»

1. Количественные данные о рынке банковских услуг

2. Качественные данные о рынке банковских услуг

+3. Анализ конкуренции банковской конкуренции

4. Структура покупателя

5. Структура банковской системы

6. Структура распределения

7. Надежность, безопасность

26. Для анализа какой характеристики рынка банковских услуг необходимы следующие показатели: «емкость рынка, рост рынка, доля рынка, стабильность спроса»

- +1. Количественные данные о рынке банковских услуг
2. Качественные данные о рынке банковских услуг
3. Анализ конкуренции банковской конкуренции
4. Структура покупателя
5. Структура банковской системы
6. Структура распределения
7. Надежность, безопасность

27. Какими показателями характеризуются общие моменты в развитии банковского института

- +1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов
2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика
3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования, производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения
4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии
5. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций
6. Качество персонала, работоспособность, участие в работе, политика оплаты труда / социальное обеспечение, климат в банке, коллективизм
7. Уровень планирования, методы принятия решений, контроль, качество и работоспособность руководящих работников, целесообразность организации, информация потоки внутри банка
8. Ввод новых видов деятельности на рынке, освоение новых рынков, освоение новых каналов сбыта.

28. Какими показателями характеризуется маркетинговая деятельность банковского института

1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов
- +2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая

концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика

3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования, производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения

4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

5. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

29. Какими показателями характеризуется инновационная стратегия банковского института

1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов

2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика

+3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования, производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения

4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

5. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

30. Какими показателями характеризуются исследование и развитие банковского института

1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов

2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика

3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования, производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения

+4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

5. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

31. Какими показателями характеризуются финансовая политика банковского института

1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов

2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика

3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования, производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения

4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

+5. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

32. Какими показателями характеризуются кадровый менеджмент банковского института

1. Рост оборота, увеличение денежного потока, рост прибыли, изменение процентных расходов

2. Результат работы на рынке, широта и глубина ассортимента, степень удовлетворения покупателя, качество товаров, цены, ценовая политика, условия продаж, условия платежа, рыночная деятельность, сбытовая концепция, организация сбыта, рекламная концепция, стимулирование сбыта, PR, торговые марки, престиж фирмы и товара, распределение, готовность осуществить поставку, складская политика

3. Маркетинговая программа, технология бизнес-процессов, целесообразность, уровень организации и технологии, степень использования,

производственная мощность, производительность, издержки производства, надежность закупок/снабжения

4. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

+5. Качество персонала, работоспособность, участие в работе, политика оплаты труда / социальное обеспечение, климат в банке, коллективизм

33. Какими показателями характеризуются руководство и организация банковского института

1. Мероприятия и инвестиции для исследования, мероприятия и инвестиции для развития, производительность, совершенствование методов, совершенствование продукции, исследования и развитие – ноу-хау, патенты и лицензии

2. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

3. Качество персонала, работоспособность, участие в работе, политика оплаты труда / социальное обеспечение, климат в банке, коллективизм

+4. Уровень планирования, методы принятия решений, контроль, качество и работоспособность руководящих работников, целесообразность организации, информация потоки внутри банка

5. Ввод новых видов деятельности на рынке, освоение новых рынков, освоение новых каналов сбыта.

34. Какими показателями характеризуется инновационный потенциал банковского института

1. Капитал и структура капитала, скрытые резервы, потенциал финансирования, денежный капитал, ликвидность, оборот финансового капитала, интенсивность финансовых инноваций

2. Качество персонала, работоспособность, участие в работе, политика оплаты труда / социальное обеспечение, климат в банке, коллективизм

3. Уровень планирования, методы принятия решений, контроль, качество и работоспособность руководящих работников, целесообразность организации, информация потоки внутри банка

+4. Ввод новых видов деятельности на рынке, освоение новых рынков, освоение новых каналов сбыта.

35. Дизайн маркетингового исследования – это:

+1. Проектирование и конструирование процесса исследования

2. Составные элементы исследования

3. Методика и инструменты проведения исследования

4. Теория и методология проведения исследования

36. Исходный этап маркетингового исследования

+1. Кабинетные исследования 2. Полевые исследования 3. Лабораторные исследования

37. Отметьте все внутренние источники для вторичных исследований

- +1. Банковская статистика
 - 2. Публикации национальных и международных официальных организаций
 - +3. Данные о маркетинговых затратах
 - 4. Публикации торгово-промышленных палат и объединений
 - +5. Прочие данные
 - 6. Прайс-листы, каталоги, проспекты и другие фирменные публикации
38. *Отметьте все внешние источники для вторичных исследований рынка банковских услуг*
- 1. Финансовая и банковская статистика
 - +2. Публикации национальных и международных финансовых организаций
 - 3. Данные о маркетинговых затратах
 - +4. Публикации торгово-промышленных палат и объединений
 - 5. Прочие данные
 - +6. Прайс-листы, каталоги, проспекты и другие фирменные публикации
39. *Основные методы получения первичных данных рынка банковских услуг*
- +1. Опрос
 - +2. Наблюдение
 - +3. Эксперимент
 - 4. Панель
40. *Наиболее распространенный метод получения первичных данных рынка банковских услуг*
- +1. Опрос
 - 2. Наблюдение
 - 3. Эксперимент
 - 4. Панель
41. *Термин «ошибка» применяется по отношению к*
- 1. Сплошным исследованиям
 - + 2. Частичным (выборочным) исследованиям
42. *Панель – это:*
- 1. Телеметрия аудитории
 - 2. Глубинное интервью
 - 3. Фокус-группы
 - + 4. Повторяющийся опрос
43. *По какому признаку выделяют открытые или закрытые вопросы:*
- 1. В зависимости от респондента
 - +2. В зависимости от степени конкретности вопроса
 - 3. В зависимости от специфики маркетингового исследования
44. *Наблюдение – это*
- 1. Метод сбора информации посредством изучения потребительских предпочтений
 - +2. Процесс открытого или скрытого сбора и регистрации событий или особых моментов, связанных с поведением изучаемого объекта
 - 3. Исследование поведения объекта по динамике его выходных параметров при изменении входных характеристик
 - 4. Метод сбора информации посредством изучения конкурентного выбора

45. В чем суть «соучаствующего» наблюдения

1. Наблюдатель подсказывает потребителю возможные варианты покупки
- +2. Исследователь сам выступает в роли покупателя банковского продукта
- +3. Исследователь внедряется в изучаемую среду и проводит анализ «изнутри»
4. Исследователь сам выступает в роли продавца банковского продукта

46. Когда тестируемому известны цели и задачи опыта, но не известны условия его проведения, это

1. Открытый эксперимент
2. Эксперимент в неясной ситуации
- + 3. Мнимый эксперимент
4. Неопределенный эксперимент
4. Закрытый эксперимент

47. Классификация данных по определенным критериям – это

1. Редактирование
2. Табулирование
- +3. Шкалирование

48. Шкалы бывают:

1. Номинальные
- + 2. Классификационные
3. Порядковые
- +4. Ранговые
- +5. Количественные
6. Метрические

Контрольное задание

Задание 1

1. Маркетинговый анализ на рынке кредитных продуктов и услуг.
2. Методы и инструменты проведения маркетингового исследования регионального банковского рынка.

3. **Задача.** Рассчитайте емкость рынка кредитных инструментов региональных банков ЮФО и СКФО.

Задание 2

1. Первичная и вторичная маркетинговая информация.
2. Оценка доходности и прибыльности рекламной компании банка.
3. **Задача.** Проведите оценку розничного предложения банка и его конкурентов среди институтов небанковского финансового сектора экономики.

Задание 3

1. Основные методы анализа клиентского финансового поведения на рынке банковских услуг.

2. Методика оценка сильных и слабых сторон регионального и федерального банков на выделенном сегменте рынка банка.

3. **Задача.** Дайте оценку инновационной политики Банка в области управления активами корпоративных клиентов

Задание 4

1. Формирование критериальных параметров в исследовании системы кредитного менеджмента банка.
2. Инновационная стратегия и тактика устойчивого развития банка.
3. **Задача.** Определите чистый процентный доход банка от кредитного предложения на региональном розничном сегменте рынка.

Научные дискуссии

1. Формирование кредитной политики банковского института на локальном розничном рынке финансовых услуг
- Разработка меморандума кредитной политики при кредитовании жителей сельских территорий
3. Разработка меморандума кредитной политики при кредитовании частных клиентов прайвип-банкинга
4. Результативность современного маркетинг-менеджмента в системной трансформации производственного процесса
5. Результативность моделирования кредитной политики транснациональных и региональных банков
6. Формирование критериев выбора оптимальной модели кредитной политики при различных фазах финансово-технологического цикла
7. Институт финансового посредничества: его роль и значение в экономике России
8. Проблемы и перспективы создания международного финансового центра в РФ
9. Проблемы функционирования кредитно-финансовых пирамид
10. Взаимодействие банков и бюро кредитных историй как механизма снижения банковских кредитных рисков
11. Проблемы функционирования коллекторов на рынке кредитных услуг.
12. Формирование и реализация стратегии финансовых супермаркетов на рынке розничных кредитных услуг.

Вопросы к зачету

1. Этапы разработки новых видов банковских кредитных продуктов.
2. Методы определения конкурентоспособности банка в области ценовой политики на банковские кредитные продукты.
3. Методы оценки потребительского спроса на банковские кредитные продукты.
4. Методы операционно-стоимостного анализа структуры затрат на банковские кредитные продукты.
5. Методы анализа ценового сегмента продуктового ряда банков-конкурентов.
6. Современные методы ценообразования на банковские продукты.
7. Определение и оценка факторов, влияющих на формирование цены банковских кредитных продуктов.

8. Формирование систем доставки банковских кредитных продуктов.
9. Методы формирования продуктовой стратегии банка на депозитном сегменте рынка.
10. Методы формирования продуктовой стратегии банка на кредитном сегменте рынка.
11. Методы формирования продуктовой стратегии банка на валютном сегменте рынка.
12. Методы формирования продуктовой стратегии банка на фондовом сегменте рынка.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков характеризующих этапы формирования компетенций

В соответствии с локальным нормативным актом университета Положением системы менеджмента качества КубГАУ 2.5.1 – 2016 «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся» знания, умения и навыки магистров оцениваются с помощью подготовки и обсуждения рефератов по теме.

Критерии оценки реферата.

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» - выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» - основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Критерии оценки доклада.

Критериями оценки доклада являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» - выполнены все требования к написанию доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» - основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении

материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к подготовке доклада. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании доклада; отсутствуют выводы.

Критерии оценки знаний студентов при проведении тестирования.

Тест – это инструмент оценивания уровня знаний обучающихся, состоящий из системы тестовых заданий, стандартизированной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 85% тестовых заданий;

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 70% тестовых заданий;

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа студента не менее 51 %;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Научная дискуссия является одним из способов эффективного применения теории в реальной жизни через решение учебно-конкретных ситуаций. Результат выполнения задания оценивается с учетом следующих критериев:

- полнота проработки ситуации;
- полнота выполнения задания;
- новизна и неординарность представленного материала и решений;
- перспективность и универсальность решений;
- умение аргументировано обосновать выбранный вариант решения.

Критерии оценивания выполнения заданий. Если результат выполнения задания соответствует обозначенному критерию обучающемуся присваивается один балл (за каждый критерий по 1 баллу).

Критерии оценивания выполнения задания.

Оценка «отлично» – при наборе в 5 баллов.

Оценка «хорошо» – при наборе в 4 балла.

Оценка «удовлетворительно» – при наборе в 3 балла. Оценка «неудовлетворительно» – при наборе в 2 балла

Критерии оценки контрольных работ

Оценка «отлично» - выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» - выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Зачет - форма проверки успешного выполнения обучающимся работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе занятий, самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на зачет, доводятся до сведения магистров за месяц до сдачи зачета. Контрольные требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии оценки знаний при проведении зачета.

Оценка «**зачтено**» должна соответствовать параметрам любой из положительных оценок («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»), «**незачтено**» - параметрам оценки «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, который обладает всесторонними, систематизированными и глубокими знаниями материала учебной программы, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные учебной программой, усвоил основную и ознакомился с дополнительной литературой. Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, обнаружившему полное знание материала учебной программы, успешно выполняющему предусмотренные учебной программой задания, усвоившему материал основной литературы, рекомендованной учебной программой.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который показал знание основного материала учебной программы в объеме, достаточном и необходимым для дальнейшей учебы и предстоящей работы, справился с выполнением заданий, предусмотренных учебной программой, знаком с основной литературой, рекомендованной учебной программой.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не знающему основной части материала учебной программы, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных учебной программой заданий, неуверенно с большими затруднениями выполняющему практические работы.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная учебная литература

1. Басс, А. Б. Финансы и кредит. Современные концепции : учебник / А. Б. Басс, Д. В. Бураков, В. Ю. Диденко. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 420 с. - (Высшее образование: Магистратура (Финуниверситет)). - ISBN 978-5-16-015711-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047892> (дата обращения: 22.04.2021). - Режим доступа: по подписке.

2. Маркетинг для магистров : учебник / Под общей ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - ISBN 978-5-9558-0419-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937984> (дата обращения: 22.04.2021). - Режим доступа: по подписке.

3. Ряховская, А. Н. Теория антикризисного менеджмента : учебник / под ред. проф. А. Н. Ряховской. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2018. — 624 с. (Магистратура). - ISBN 978-5-9776-0352-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966552> (дата обращения: 22.04.2021). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная учебная литература

1. Синки-мл., Джозеф Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг [Электронный ресурс] / Джозеф Синки-мл. ; пер. А. Левинзон. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2019. — 1017 с. — 5-9614-0344-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82374.html>

2. Букирь, М. Я. Кредитная работа в банке: методология и учет / М. Я. Букирь. — 2-е изд. — Москва, Саратов : ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 239 с. — ISBN 978-5-4486-0808-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86161.html>

3. Банковский менеджмент и маркетинг : учебное пособие / Э. Рид, Р. Коттер, Х. Култ [и др.]. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2010. — 53 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9781.html>

4. Николаева, Т. П. Банковский маркетинг : учебное пособие / Т. П. Николаева. — Москва : Евразийский открытый институт, 2009. — 224 с. — ISBN 978-5-374-00276-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10618.html>

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень ЭБС

№	Наименование	Тематика
1	Znanium.com	Универсальная
2	IPRbook	Универсальная
3	Образовательный портал КубГАУ	Универсальная

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Маркетинг и кредитная политика банков: метод. указания по организации самостоятельной работы / сост. Л. Ю. Питерская, Д. Я. Родин, О. С. Зиниша, Н. А. Тлишева - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 32 с. - [Электронный ресурс]. - – Режим доступа: https://edu.kubsau.ru/file.php/121_2020.pdf

2. Маркетинг и кредитная политика банков: метод. указания к проведению семинарских занятий / сост. Л. Ю. Питерская, Д. Я. Родин, О. С. Зиниша, Н. А. Тлишева - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 32 с. - [Электронный ресурс]. - – Режим доступа: https://edu.kubsau.ru/file.php/121_2020.pdf

3. Родин Д.Я. Современный маркетинг-менеджмент в корпоративном и банковском секторах экономики: учебник для вузов / Д.Я. Родин, Л.В. Глухих.- М.: Научная книга, 2017. – 280 с. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29831338>

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

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

Наименование	Краткое описание
Microsoft Windows	Операционная система
Microsoft Office (включает Word, Excel, PowerPoint)	Пакет офисных приложений
Система тестирования INDIGO	Тестирование

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование	Тематика	Электронный адрес
1	Научна электронная библиотека eLibrary	Универсальная	https://elibrary.ru/
2	КонсультантПлюс	Правовая	https://www.consultant.ru/

12 Материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Маркетинг и кредитная политика банков	<p>Помещение №203 ЗАО, посадочных мест — 30; площадь — 65,1м²; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации .</p> <p>доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;</p> <p>технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office, INDIGO, Statistica; специализированная мебель(учебная доска, учебная мебель).</p> <p>Помещение №325 ЗАО, посадочных мест — 16; площадь — 21,1м²; помещение для самостоятельной работы обучающихся.</p> <p>машинка пишущая — 1 шт.; холодильник — 1 шт.; технические средства обучения (принтер — 1 шт.; компьютер персональный — 1 шт.); доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;</p> <p>Программное обеспечение: Windows, Office, специализированное лицензионное и свободно</p>	350044, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13

		<p>распространяемое программное обеспечение, предусмотренное в рабочей программе.</p> <p>специализированная мебель (учебная мебель).</p>	
--	--	--	--