

2024

Разработчики:

Профессор, кафедра денежного обращения и кредита Родин
Д.Я.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по финансовому консультированию", утвержден приказом Минтруда России от 19.03.2015 № 167н; "Специалист по корпоративному кредитованию", утвержден приказом Минтруда России от 09.10.2018 № 626н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Денежного обращения и кредита	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Хорольская Т.Е.	Согласовано	25.03.2024, № 7
2	Факультет Финансы и кредит	Председатель методической комиссии/совет а	Носова Т.П.	Согласовано	15.04.2024, № 8
3	Факультет Финансы и кредит	Руководитель образовательно й программы	Окорокова О.А.	Согласовано	17.04.2024, № 8

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование комплекса знаний об организационных, научных и методических основах функционирования коммерческих банков как институтов рынка в области эффективного использования рыночного механизма в условиях самостоятельности

Задачи изучения дисциплины:

- освоить методы анализа внешней среды (социально- экономического положения регионального сегмента АПК, прогнозы развития рынка финансовых услуг);;
- освоить методы анализа позиции банков – конкурентов с целью разработки конкурентоспособной ценовой стратегии предприятий АПК и личных подсобных хозяйств;;
- научиться пользоваться приемами сегментации клиентской базы агропродовольственного сектора и сегментация рынка банковских услуг предприятиям сферы АПК;;
- изучить потребности клиентов в финансовых услугах и разработке продуктовой стратегии банка на отраслевых рынках;;
- изучить сильные и слабые стороны банка, выявить перспективные направления его развития на отраслевых рынках АПК..

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

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П9 Способность осуществлять бизнес процессы по продвижению и предоставлению кредитных продуктов юридическим лицам с учетом изменений нормативно-законодательной базы

ПК-П9.1 Анализирует структуру и динамику рынка корпоративного кредитования, сравнивает условия кредитования в банках-конкурентах для выявления клиентских предпочтений и формирования актуальных кредитных программ.

Знать:

ПК-П9.1/Зн1 Знать методы анализа и оценки рынка корпоративного кредитования

Уметь:

ПК-П9.1/Ум1 Уметь проводить сравнительный анализ кредитного предложения в банках-конкурентах для выявления клиентских предпочтений и формирования актуальных кредитных программ

Владеть:

ПК-П9.1/Нв1 Владеть методами продвижения кредитных продуктов на рынке корпоративного кредитования

ПК-П9.4 Применяет инструменты программ лояльности для клиентов, контрагентов для расширения спектра и объема сделок кредитования корпоративных заемщиков.

Знать:

ПК-П9.4/Зн1 Знать программное обеспечение оценки лояльности для клиентов, контрагентов с целью расширения спектра и объема сделок кредитования корпоративных заемщиков

Уметь:

ПК-П9.4/Ум1 Уметь использовать инструменты и методы оценки лояльности клиентских групп среди существующих и потенциальных заемщиков

Владеть:

ПК-П9.4/Нв1 Владеть приемами оценки лояльности для клиентов, контрагентов для расширения спектра и объема сделок кредитования корпоративных заемщиков.

ПК-П10 Способность осуществлять консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг на основе мониторинга конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков

ПК-П10.2 Формирует пакетные предложения, консультирует по комплексу условий и инноваций для обслуживания потребителей финансовых услуг по базовым банковским продуктам в целях поддержания долгосрочных клиентских отношений.

Знать:

ПК-П10.2/Зн1 Знать методы и приемы финансового консультирования при формировании и продвижении финансовых продуктов и услуг

Уметь:

ПК-П10.2/Ум1 Уметь использовать инструменты финансового консультирования при составлении долгосрочных и краткосрочных планов продаж финансовых продуктов и услуг

Владеть:

ПК-П10.2/Нв1 Владеть методологией оценки продвижения финансовых продуктов и услуг на конкретных сегментах рынка

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Маркетинговая стратегия банка в аграрном секторе экономики» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 7, Очно-заочная форма обучения - 7.

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

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	108	3	57	1		30	26	51	Зачет
Всего	108	3	57	1		30	26	51	

Очно-заочная форма обучения

Период	Трудоемкость (часы)	Трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)

обучения	Общая труд (час)	Общая труд (ЗЕ)	Контактн (часы,	Внеаудиторна работа	Зачет	Лекционн (ча	Практичес (ча	Самостоятел (ча	Промежуточ (ча
Седьмой семестр	108	3	23	1		10	12	85	Зачет
Всего	108	3	23	1		10	12	85	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Анализ рынка: Потребности и тенденции аграрного сектора	41		10	10	21	ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 1.1. Понятие и сущность банковского маркетинга	16		4	2	10	
Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в банке	13		4	4	5	
Тема 1.3. Разработка стратегии банка в аграрном секторе экономики	12		2	4	6	
Раздел 2. Финансовые продукты и услуги для аграрного бизнеса	40		10	10	20	ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 2.1. Разработка продуктовой маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе экономики	13		4	4	5	
Тема 2.2. Маркетинговые стратегии на отдельных рынках банковских услуг аграрного пред-принимательства	11		4	2	5	
Тема 2.3. Техника продажи банковских продуктов субъектам сферы АПК	16		2	4	10	

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации: Стратегии привлечения клиентов в аграрном сегменте	26		10	6	10	ПК-П10.2
Тема 3.1. Организация продаж банковских продуктов по управлению активами агропромышленных корпораций	13		4	4	5	
Тема 3.2. Организация продаж банковских продуктов по управлению имуществом КФХ и ЛПХ	13		6	2	5	
Раздел 4. Промежуточная аттестация	1	1				ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 4.1. Зачет	1	1				ПК-П10.2
Итого	108	1	30	26	51	

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие с результатам освоения программы
Раздел 1. Анализ рынка: Потребности и тенденции аграрного сектора	44		5	4	35	ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 1.1. Понятие и сущность банковского маркетинга	14		2	2	10	
Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в банке	17		1	1	15	
Тема 1.3. Разработка стратегии банка в аграрном секторе экономики	13		2	1	10	
Раздел 2. Финансовые продукты и услуги для аграрного бизнеса	39		3	6	30	ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 2.1. Разработка продуктовой маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе экономики	13		1	2	10	
Тема 2.2. Маркетинговые стратегии на отдельных рынках банковских услуг аграрного пред-принимательства	13		1	2	10	
Тема 2.3. Техника продажи банковских продуктов субъектам сферы АПК	13		1	2	10	

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации: Стратегии привлечения клиентов в аграрном сегменте	24		2	2	20	ПК-П10.2
Тема 3.1. Организация продаж банковских продуктов по управлению активами агропромышленных корпораций	12		1	1	10	
Тема 3.2. Организация продаж банковских продуктов по управлению имуществом КФХ и ЛПХ	12		1	1	10	
Раздел 4. Промежуточная аттестация	1	1				ПК-П9.1 ПК-П9.4
Тема 4.1. Зачет	1	1				ПК-П10.2
Итого	108	1	10	12	85	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Анализ рынка: Потребности и тенденции аграрного сектора

(Очная: Лекционные занятия - 10ч.; Практические занятия - 10ч.; Самостоятельная работа - 21ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 5ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 35ч.)

Тема 1.1. Понятие и сущность банковского маркетинга

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Необходимость и значение маркетинга в банковском деле
2. Объект изучения маркетинга- рынок банковских услуг
3. Виды банковских услуг и спрос на них
4. Процесс управления маркетингом банка

Тема 1.2. Организация маркетинговых исследований в банке

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

1. Виды маркетинговых исследований
2. Этапы проведения маркетинговых исследований
3. Сегментация рынка банковских услуг
4. Структурный анализ секторов рынка банковских услуг

Тема 1.3. Разработка стратегии банка в аграрном секторе экономики

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 6ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Понятие стратегического маркетингового управления в сфере АПК
2. Формирование ценовой маркетинговой стратегии банков в сфере АПК
3. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги потребителям сферы АПК

Раздел 2. Финансовые продукты и услуги для аграрного бизнеса

(Очная: Лекционные занятия - 10ч.; Практические занятия - 10ч.; Самостоятельная работа - 20ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 3ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 30ч.)

Тема 2.1. Разработка продуктовой маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе экономики

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- 1.Определение целей деятельности банка на рынке банковских услуг
- 2.Формирование ас- сортиментного продуктового ряда
- 3.Продуктовая стратегия банка
- 4.Жизненный цикл банковских услуг
- 5.Коммуникацион-ная стратегия банка

Тема 2.2. Маркетинговые стратегии на отдельных рынках банковских услуг аграрного пред-принимательства

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- 1.Секторальное деление рынка финансовых услуг
- 2.Маркетинг рынка депозитных продуктов
- 3.Маркетинг рынка кредитных продуктов
- 4.Маркетинг рынка ценных бумаг

Тема 2.3. Техника продажи банковских продуктов субъектам сферы АПК

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Технические и коммерческие составляющие банковского продукта
- 2.Организация и проведение презентаций
3. Анализ поведения клиентов и мотивов покупки банковских продуктов
- 4.Жизненный цикл банковских потребностей

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации: Стратегии привлечения клиентов в аграрном сегменте

(Очная: Лекционные занятия - 10ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 10ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 20ч.)

Тема 3.1. Организация продаж банковских продуктов по управлению активами агропромышленных корпораций

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

- 1.Эволюция рынка корпоративных клиентов
- 2.Ассортимент банковских продуктов и услуг для агропромышленных корпораций
- 3.Организация бизнес-планирования персональных менеджеров агропромышленных корпораций
4. Мероприятия по финансированию агро-промышленных корпораций

Тема 3.2. Организация продаж банковских продуктов по управлению имуществом КФХ и ЛПХ (Очная: Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

1. Сегментация рынка физических лиц
2. Определение и понимание потребностей розничных КФХ и ЛПХ
3. Банковское предложение розничных услуг КФХ и ЛПХ
4. Послепродажное обслуживание клиентов КФХ и ЛПХ

Раздел 4. Промежуточная аттестация

(Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очно-заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Тема 4.1. Зачет

(Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очно-заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Анализ рынка: Потребности и тенденции аграрного сектора

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. №1

Банк планирует увеличить свою долю рынка в аграрном секторе с текущих 5% до 8% за 2 года. Если текущий объем рынка составляет 200 миллиардов рублей, каков должен быть объем кредитов, выданных банком в аграрный сектор, чтобы достичь этой цели?

2. №2

Банк предлагает новый кредитный продукт для фермеров с годовой процентной ставкой 6%. Если фермер берет кредит на сумму 1 миллион рублей на 3 года, какова будет общая сумма выплат по кредиту?

3. №3

Банк планирует провести рекламную кампанию, которая должна охватить 80% целевой аудитории фермеров. Если целевая аудитория составляет 50,000 фермеров, сколько фермеров должно быть охвачено рекламной кампанией?

4. №4

В результате маркетинговой стратегии банк ожидает рост числа новых клиентов на 15% в год. Если текущее число клиентов составляет 10,000, сколько клиентов будет у банка через два года?

5. №5

Банк проводит акцию с пониженной процентной ставкой на первые два года кредита. Ставка составляет 4% в первые два года и 6% в последующие три года. Рассчитайте общую сумму выплат по кредиту в размере 500,000 рублей на 5 лет.

6. №6

Банк рассчитывает увеличить свои доходы от аграрного сектора на 20% в течение следующего года. Если текущие доходы составляют 100 миллионов рублей в год, каковы будут доходы через год?

Раздел 2. Финансовые продукты и услуги для аграрного бизнеса

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. №1

Банк планирует открыть новые отделения в аграрных регионах. Стоимость открытия одного отделения составляет 3 миллиона рублей. Если банк хочет открыть 10 новых отделений, какова будет общая стоимость?

2. №2

В рамках маркетинговой стратегии банк предлагает скидку на комиссию за оформление кредита. Если стандартная комиссия составляет 2% от суммы кредита, а скидка - 25%, какова будет комиссия за оформление кредита в размере 800,000 рублей?

3. №3

Банк планирует провести исследование рынка стоимостью 500,000 рублей. Ожидается, что это исследование приведет к увеличению числа клиентов на 5%. Если каждый новый клиент приносит банку доход в размере 10,000 рублей в год, сколько дополнительных доходов принесет исследование за первый год?

4. №4

Банк предлагает льготные условия кредитования для молодых фермеров с процентной ставкой на 2% ниже стандартной ставки в течение первых двух лет. Если стандартная ставка составляет 7%, какова будет ставка для молодых фермеров?

5. №5

Банк планирует увеличить количество выданных кредитов на развитие аграрных предприятий на 25% в следующем году. Если в текущем году было выдано кредитов на сумму 40 миллионов рублей, какова будет сумма выданных кредитов в следующем году?

6. №6

Банк рассчитывает на возврат инвестиций (ROI) от своей маркетинговой кампании в размере 150%. Если затраты на кампанию составили 2 миллиона рублей, какова должна быть сумма дополнительных доходов от кампании для достижения этого ROI?

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации: Стратегии привлечения клиентов в аграрном сегменте

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Задача 1

Если в аграрном секторе работает 250 фермерских хозяйств, и 40% из них используют банковские услуги, сколько фермеров активно пользуются банковскими продуктами?

2. Задача 2

Банк планирует увеличить свою долю на рынке аграрного кредитования с 15% до 25%. На сколько процентов должна увеличиться доля банка?

3. Задача 3

Если банк имеет 500 клиентов в аграрном секторе и планирует привлечь еще 120 клиентов в следующем году, сколько всего клиентов будет у банка?

4. Задача 4

Банк выдал 150 кредитов на сумму 200 000 рублей каждый. Какова общая сумма выданных кредитов?

5. Задача 5

Если доход банка от аграрного сектора составил 5 миллионов рублей в прошлом году и ожидается рост на 20% в этом году, какой ожидаемый доход банка?

Раздел 4. Промежуточная аттестация

Форма контроля/оценочное средство:

Вопросы/Задания:

.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П9.1 ПК-П10.2 ПК-П9.4

Вопросы/Задания:

1. Вопросы к зачету

1. Что такое маркетинговая стратегия и как она применяется в банковском секторе?
2. Каковы основные элементы маркетинговой стратегии банка?
3. Какие факторы влияют на формирование маркетинговой стратегии для аграрного сектора?
4. Как провести SWOT-анализ для банка, работающего с аграрным сектором?
5. Какие методы исследования рынка наиболее эффективны для аграрного сектора?
6. Как оценить потребности аграрных клиентов банка?
7. Как определить целевую аудиторию для банковских услуг в аграрном секторе?
8. Какие особенности целевой аудитории аграрного сектора следует учитывать при разработке стратегии?
9. Как сегментировать рынок аграрных клиентов для более точного таргетирования?
10. Какие банковские продукты наиболее востребованы в аграрном секторе?
11. Как адаптировать существующие банковские продукты под нужды аграрных клиентов?
12. Что такое продуктовая дифференциация и как она может быть применена в аграрном секторе?
13. Какие ценовые стратегии могут быть использованы банками в аграрном секторе?
14. Как учитывать сезонность в ценообразовании банковских продуктов для аграриев?
15. Какова роль скидок и акций в привлечении клиентов из аграрного сектора?
16. Какие каналы распространения банковских услуг наиболее эффективны для аграрного сектора?
17. Как использовать цифровые каналы для продвижения банковских услуг среди аграрных клиентов?
18. Каковы преимущества и недостатки прямых продаж для банков в аграрном секторе?
19. Какие методы продвижения банковских услуг наиболее эффективны для аграрного сектора?
20. Как социальные сети могут быть использованы для маркетинга банковских услуг в аграрной сфере?
21. Как организовать PR-кампанию для повышения узнаваемости банка среди аграриев?
22. Кто являются основными конкурентами банка в аграрном секторе?
23. Как анализировать конкурентную среду для банка, работающего с аграриями?
24. Какие конкурентные преимущества может иметь банк в аграрном секторе?
25. Какие основные риски связаны с кредитованием аграрного сектора?
26. Как банк может минимизировать риски при работе с аграрными клиентами?
27. Как экономические изменения влияют на стратегию банка в аграрном секторе?
28. Как цифровизация влияет на маркетинговую стратегию банка в аграрном секторе?
29. Какие новые технологии могут быть использованы для улучшения обслуживания аграрных клиентов?
30. Как банк может использовать большие данные для повышения эффективности своей стратегии?
31. Какие KPI следует использовать для оценки эффективности маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе?
32. Как проводить анализ возврата инвестиций (ROI) для маркетинговых кампаний в аграрной сфере?
33. Как оценить удовлетворенность клиентов банка из аграрного сектора?
34. Какие тренды наблюдаются на рынке банковских услуг для аграрного сектора?
35. Как изменения в законодательстве могут повлиять на маркетинговую стратегию банка?
36. Какие перспективы развития у банков, работающих с аграрным сектором, в ближайшие

5-10 лет?

37. Приведите пример успешной маркетинговой стратегии банка, ориентированной на аграрный сектор.

38. Какие ошибки часто допускают банки при разработке стратегии для аграриев?

39. Как банк может адаптировать свою стратегию в ответ на изменения в потребностях клиентов?

40. Какие рекомендации вы бы дали банкам для успешной работы в аграрном секторе?

Очно-заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-П9.1 ПК-П10.2 ПК-П9.4

Вопросы/Задания:

1. Вопросы к зачету

1. Что такое маркетинговая стратегия и как она применяется в банковском секторе?
2. Каковы основные элементы маркетинговой стратегии банка?
3. Какие факторы влияют на формирование маркетинговой стратегии для аграрного сектора?
4. Как провести SWOT-анализ для банка, работающего с аграрным сектором?
5. Какие методы исследования рынка наиболее эффективны для аграрного сектора?
6. Как оценить потребности аграрных клиентов банка?
7. Как определить целевую аудиторию для банковских услуг в аграрном секторе?
8. Какие особенности целевой аудитории аграрного сектора следует учитывать при разработке стратегии?
9. Как сегментировать рынок аграрных клиентов для более точного таргетирования?
10. Какие банковские продукты наиболее востребованы в аграрном секторе?
11. Как адаптировать существующие банковские продукты под нужды аграрных клиентов?
12. Что такое продуктовая дифференциация и как она может быть применена в аграрном секторе?
13. Какие ценовые стратегии могут быть использованы банками в аграрном секторе?
14. Как учитывать сезонность в ценообразовании банковских продуктов для аграриев?
15. Какова роль скидок и акций в привлечении клиентов из аграрного сектора?
16. Какие каналы распространения банковских услуг наиболее эффективны для аграрного сектора?
17. Как использовать цифровые каналы для продвижения банковских услуг среди аграрных клиентов?
18. Каковы преимущества и недостатки прямых продаж для банков в аграрном секторе?
19. Какие методы продвижения банковских услуг наиболее эффективны для аграрного сектора?
20. Как социальные сети могут быть использованы для маркетинга банковских услуг в аграрной сфере?
21. Как организовать PR-кампанию для повышения узнаваемости банка среди аграриев?
22. Кто являются основными конкурентами банка в аграрном секторе?
23. Как анализировать конкурентную среду для банка, работающего с аграриями?
24. Какие конкурентные преимущества может иметь банк в аграрном секторе?
25. Какие основные риски связаны с кредитованием аграрного сектора?
26. Как банк может минимизировать риски при работе с аграрными клиентами?
27. Как экономические изменения влияют на стратегию банка в аграрном секторе?
28. Как цифровизация влияет на маркетинговую стратегию банка в аграрном секторе?
29. Какие новые технологии могут быть использованы для улучшения обслуживания аграрных клиентов?
30. Как банк может использовать большие данные для повышения эффективности своей стратегии?
31. Какие KPI следует использовать для оценки эффективности маркетинговой стратегии банка в аграрном секторе?
32. Как проводить анализ возврата инвестиций (ROI) для маркетинговых кампаний в аграрной сфере?

33. Как оценить удовлетворенность клиентов банка из аграрного сектора?
34. Какие тренды наблюдаются на рынке банковских услуг для аграрного сектора?
35. Как изменения в законодательстве могут повлиять на маркетинговую стратегию банка?
36. Какие перспективы развития у банков, работающих с аграрным сектором, в ближайшие 5-10 лет?
37. Приведите пример успешной маркетинговой стратегии банка, ориентированной на аграрный сектор.
38. Какие ошибки часто допускают банки при разработке стратегии для аграриев?
39. Как банк может адаптировать свою стратегию в ответ на изменения в потребностях клиентов?
40. Какие рекомендации вы бы дали банкам для успешной работы в аграрном секторе?

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Кочергин, Д. А. Электронные деньги: учебное пособие / Д. А. Кочергин,. - Электронные деньги - Москва, Саратов: ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 424 с. - 978-5-4486-0772-1. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/86157.html> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке
2. Криворучко,, С. В. Национальная платежная система: структура, технологии, регулирование. Международный опыт, российская практика / С. В. Криворучко,, В. А. Лопатин,. - Национальная платежная система: структура, технологии, регулирование. Международный опыт, российская практика - Москва, Саратов: ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 456 с. - 978-5-4486-0773-8. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/86158.html> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке
3. Электронные деньги в коммерческом банке: практическое пособие / А. В. Пухов,, А. Ю. Мацкевич,, А. В. Рего,, П. В. Ушанов,. - Электронные деньги в коммерческом банке - Москва, Саратов: ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с. - 978-5-4486-0774-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/86160.html> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2 - Москва: Вузовский учебник, 2024. - 282 с. - 978-5-16-004272-5. - Текст: электронный. // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/2079/2079503.jpg> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке
2. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: Учебник / И. И. Скоробогатых, Р. Р. Сидорчук, С.Н. Андреев [и др.] - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 589 с. - 978-5-16-107289-9. - Текст: электронный. // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/2084/2084406.jpg> (дата обращения: 20.02.2024). - Режим доступа: по подписке

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

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://cbr.ru/> - Сайт ЦБ РФ
2. <http://www.arb.ru/> - Официальный сайт ассоциации российских банков
3. <https://znanium.com/> - Znanium.com
4. <https://www.fedsfm.ru/> - Официальный сайт Росфинмониторинг
5. <http://www.arb.ru/> - Официальный сайт ассоциации российских банков

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

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

- обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
- фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

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

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

- 1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>
- 2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>
- 3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

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

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специалитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Учебная аудитория
305300

Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.
307300

Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 1 шт.

Лекционный зал

415300

LED Экран - 1 шт.

PTZ камера (Pan-tilt-zoom-камера) с функцией слежения за лектором Yealink UVC86 (комплект) - 1 шт.

USB Аудио интерфейс 4 входа/4 выхода AUdient EVO 8 - 1 шт.

Wi-Fi точка доступа Ubiquiti UniFi 6 Lite - 1 шт.

акустическая система Begringer B212XL - 1 шт.

акустическая система Begringer B212XL (1) - 1 шт.

акустическая система JBL Control 25, ALTO Mistral 900 (1) - 1 шт.

Архитектурный лючок для подключения кабелей Wize WRTS-RR-B - 1 шт.

Вешалка д/верхней одежды - 6 шт.

ИБП Powerman Back Pro 1500 - 1 шт.

Интерактивный монитор для трибуны Lumien LFT2201PC - 1 шт.

компьют. i3-530/2.93ГГц/2x10 24Гб/320Гб - 1 шт.

Компьютер персональный IRU i5/8Gb/256Gb SSD - 1 шт.

компьютер с интерактивным дисплеем HP 7300 E/SMART Podium ID350 - 1 шт.

компьютер с интерактивным дисплеем HP 7300 E/SMART Podium ID350 (1) - 1 шт.

Крепление с выключателем XLR под микрофон Relacart FM200 - 1 шт.

Микрофон на трибуну Relacart EG-121 (компл) - 1 шт.

Монитор для стола преподавателя HUAWEI B3-243H - 1 шт.

Облучатель-рециркулятор воздуха 600 - 1 шт.

Облучатель-рециркулятор воздуха 600 (1) - 1 шт.

Проектор Epson EB-X06 - 1 шт.

Проектор Epson EB-X06 (2) - 1 шт.

Радиосистема 1 + 1 микрофон ITC T-521 CFUV - 1 шт.

Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE - 1 шт.

Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE (1) - 1 шт.

Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE (2) - 1 шт.

Усилитель Behringer NX3000D - 1 шт.

экран с электроприводом 350x265 Spectra - 1 шт.

425300

Вешалка д/верхней одежды - 6 шт.

Доска ДК 11Э2410 - 1 шт.

Облучатель-рециркулятор воздуха 600 (1) - 1 шт.

Проектор Epson EB-X06 (2) - 1 шт.

Сплит-система напольно-потолочная Quattroclima QV-I36FE/QN-I36UE - 1 шт.

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

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

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия

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

Практические занятия

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

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

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

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

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

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

- устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
- при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

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

- письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
- при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами,

тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
- увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АООП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскостную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «проектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;

- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскочечную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
- четкое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
- минимизация внешних шумов;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие четкой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки

заданий с обязательной корректировкой и комментариями;

- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина "Маркетинговая стратегия банка в аграрном секторе экономики" ведется в соответствии с календарным учебным планом и расписанием занятий по неделям. Темы проведения занятий определяются тематическим планом рабочей программы дисциплины