

**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**  
**(программа академической магистратуры)**

**Направленность подготовки**  
**«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 38.04.08 Финансы и кредит (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 30.03.2015г. № 325 с изменениями и дополнениями от 13.07.2017 г.

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 12.04.2021 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., протокол № 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 освоение и формирование у магистрантов системы знаний и умений в области маркетинга и кредитной политики банков.

В процессе изучения дисциплины «Маркетинг и кредитная политика банков» решаются следующие **задачи**:

- маркетинговый анализ внешней среды и прогноз развития рынка финансовых услуг;
- определение конкурентной позиции банков с целью разработки конкурентоспособной кредитной стратегии по продвижению банковских продуктов;
- формирование и оценка эффективности кредитной политики банка на рынке финансовых услуг;
- изучение потребностей клиентов в кредитных услугах и разработка кредитного предложения банка на отраслевых сегментах рынка банковских услуг;
- изучение сильных и слабых сторон банка, выявление перспективных направлений совершенствования его кредитной политики.

## **2 Перечень планируемых результатов по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:**

ПК-2- Способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов;

ПК-4- Способность провести анализ и дать оценку существующих финансово-экономических рисков, составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезо- уровне;

ПК-18- Способность осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций.

## **3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

«Маркетинг и кредитная политика банков» является дисциплиной вариативной части ОП (Б1.В.ДВ.02.01) подготовки обучающихся по направлению 38.04.08 Финансы и кредит, направленность «Финансы и

кредит».

#### 4 Объем дисциплины (144 часа, 4 зачетных единицы)

Виды учебной работы	Объем, часов	
	Очная	Заочная
<b>Контактная работа</b>	33	13
в том числе:		
– аудиторная по видам учебных занятий	32	8
– лекции	8	4
– практические	24	4
– внеаудиторная	1	1
– зачет	3	4
– экзамен	-	-
– защита курсовых работ (проектов)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	39	59
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>

#### 5 Содержание дисциплины

По итогам изучаемого курса студенты сдают зачет.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 4 семестре по очной форме

на 2 курсе, в 3 семестре по заочной форме

#### Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость(в часах)			
				Лекции	Практические занятия (лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	Итого
1	<b>Понятие и сущность Маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере</b> Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере. Составные части маркетинговой политики в системе стратегического и тактического управления банков. Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг	ПК-2, ПК-4 ПК-18,	4	1	3	5	9

2	<p><b>Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.</b>          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.</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	3	5	9
3	<p><b>Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка</b>          Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги. Формирование продуктовой политики банка. Разработка новых 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</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	2	5	8
4	<p><b>Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг</b>          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-</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	2	5	8
5	<p><b>Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг</b>          Маркетинг рынка ценных бумаг: структура фондового портфеля банка по основным и производным финансовым инструментам. Особенности влияния валютного рынка на смежные сектора.</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	2	5	8

6	<p><b>Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии</b></p> <p>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 экономики. Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая, продуктовая, коммуникационная</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	4	5	10
7	<p><b>Особенности формирования кредитной Политики банка на розничном рынке финансовых услуг</b></p> <p>Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке.</p> <p>Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий. Особенности оценки конкурентоспособности кредитных стратегий универсальных и специализированных банков.</p> <p>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>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	4	5	10
8	<p><b>Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового капитала</b></p> <p>Современные тенденции развития рынка финансовых услуг.</p> <p>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</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	4	1	4	4	9
	ИТОГО			8	24	39	71
	Внеаудиторная контактная работа					1	1

	ИТОГО							72
--	-------	--	--	--	--	--	--	----

### Содержание и структура дисциплины по заочной форме обучения

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость(в часах)			
				Лекции	Практические занятия (лабораторные занятия)	Самостоятельная работа	Итого
1	<p><b>Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере</b></p> <p>Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере. Составные части маркетинговой политики в системностратегического и тактического управления банком. Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18,	3	1		7	6
2	<p><b>Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.</b></p> <p>Необходимость и сущность проведения маркетинговых исследований. Прямые и косвенные исследования. Система организации маркетинговых исследований рынка банковских услуг</p> <p>Этапы проведения SWOT-анализа. Рыночные характеристики. Показатели услуг, показатели конкуренции, характеристика среды. Оценка конкурентоспособности банка на финансовом рынке.</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3	1		7	6

3	<p><b>Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка</b></p> <p>Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги. Формирование продуктовой политики банка.</p> <p>Разработка новых 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</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3	1		7	8
4	<p><b>Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг</b></p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3			7	8
	<p>Структурный анализ различных секторов финансового рынка.</p> <p>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</p>						
5	<p><b>Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг</b></p> <p>Маркетинг рынка ценных бумаг: структура фондового портфеля банка по основным и производным финансовым инструментам. Особенности влияния валютного рынка на смежные сектора.</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3	1	1	7	9

6	<p><b>Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии</b></p> <p>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 экономики. Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая, продуктовая, коммуникационная</p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3		1	7	8
7	<p><b>Особенности формирования кредитной Политики банка на розничном рынке финансовых услуг</b></p> <p>Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики. Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке.</p> <p>Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий. Особенности оценки конкурентоспособности кредитных стратегий универсальных и специализированных банков.</p> <p>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>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3		1	7	8
8	<p><b>Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового ка-</b></p>	ПК-2, ПК-4 ПК-18	3		1	6	7

	<b>питала</b> Современные 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 банковской стратегий. Этапы формирования финансовых инноваций в банковской деятельности						
	Итого			4	4	63	71
	Внеаудиторная контактная работа						1
	Итого			4			72

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

### Методические указания для самостоятельной работы

1. Развитие системы маркетинга в банковском секторе: учебное пособие / под ред. Г.Н. Накиповой и Д.Я. Родина. – Краснодар: КубГАУ, 2013 – 350 с.
2. 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](https://edu.kubsau.ru/file.php/121_2020.pdf)
3. 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](https://edu.kubsau.ru/file.php/121_2020.pdf)
4. 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>

## **7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

### **7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Номер семестра*	Этапы формирования компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОП
-----------------	---

ПК-2 способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов	
1	Микроэкономика (продвинутый уровень)
1	Актуальные проблемы финансов
1	Актуальные вопросы налоговой политики
1	Учебная практика по получению профессиональных умений и навыков
2	Математическое обеспечение финансовых решений
2	Финансовая математика и финансовые решения
2	Фундаментальный и технический анализ на финансовых рынках
2	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика)
3	Финансовый анализ (продвинутый уровень)
3	Компьютерные технологии в науке, экономике и управлении
4	Оценка инвестиционных решений
4	<i>Маркетинг и кредитная политика банков</i>
4	Мировые фондовые рынки
4	Оценка финансовых активов
4	Налоговое планирование в корпорациях
4	Управление инвестиционным портфелем
4	Преддипломная практика
ПК-4 способностью провести анализ и дать оценку существующих финансово-экономических рисков, составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровнях	
1	Микроэкономика (продвинутый уровень)
2	Макроэкономика (продвинутый уровень)
2	Финансовые рынки и финансово-кредитные институты
2	Фундаментальный и технический анализ на финансовых рынках
2	Развитие финансово-кредитных институтов в информационной экономике
2	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика)
3	Управление банковскими и кредитными рисками
3	Производные финансовые инструменты
4	Мировые фондовые рынки
4	<i>Маркетинг и кредитная политика банков</i>
4	Преддипломная практика
ПК-18 способностью осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций	
1	Методология научного исследования в области финансов
2,3,4	Научно-исследовательская работа
2	Финансовые рынки и финансово-кредитные институты
2	Развитие финансово-кредитных институтов в информационной экономике
2	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика)
3	Производные финансовые инструменты
3	Управление банковскими и кредитными рисками
3	Управление инвестиционным портфелем

3	Оценка инвестиционных решений
4	Маркетинг и кредитная политика банков
4	Мировые фондовые рынки
4	Преддипломная практика

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

Планируемые результаты освоения компетенции	Уровень освоения				Оценочное средство
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
ПК-2 -Способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов					
<b>Знать:</b> Методы количественного и качественного анализа финансовых показателей – Принципы дисконтирования денежного потока – Принципы начисления сложных процентов	Не знает методов количественного и качественного анализа финансовых показателей; принципы дисконтирования денежного потока – Принципы начисления сложных процентов	Фрагментарные знания методов количественного и качественного анализа финансовых показателей; принципы дисконтирования денежного потока – Принципы начисления сложных процентов	Содержатся отдельные пробелы в знании методов количественного и качественного анализа финансовых показателей; принципы дисконтирования денежного потока – Принципы начисления сложных процентов	Знает методы количественного и качественного анализа финансовых показателей; принципы дисконтирования денежного потока, принципы начисления сложных процентов	Реферат, доклад, тест, эссе, зачёт
<b>Уметь:</b> Получать, интерпретировать и документировать результаты исследований; пользоваться лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию; формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования	Не умеет получать, интерпретировать и документировать результаты исследований; пользоваться лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию; формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования	Фрагментарное умение получения, интерпретации и документирования результатов исследований; пользования лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию; формирования общей позиции по вопросу финансового консультирования	Отдельные пробелы в умении получения, интерпретации и документирования результатов исследований; пользования лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию; формирования общей позиции по вопросу финансового консультирования	Сформированное умение получения, интерпретации и документирования результатов исследований; пользования лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию; формирования общей позиции по вопросу финансового консультирования	Контрольное задание, научные дискуссии

<p><b>Владеть:</b> приемами привлечения к решению задач финансового планирования независимых внешних консультантов и экспертов в области финансовых рынков; Приемами подбора классов активов и финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента; Приемами составления прогноза денежного потока</p>	<p>Не владеет приемами привлечения к решению задач финансового планирования независимых внешних консультантов и экспертов в области финансовых рынков; Приемами подбора классов активов и финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента; Приемами составления прогноза денежного потока</p>	<p>Фрагментарное владение приемами привлечения к решению задач финансового планирования независимых внешних консультантов и экспертов в области финансовых рынков; Приемами подбора классов активов и финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента; Приемами составления прогноза денежного потока</p>	<p>Отдельные пробелы во владении приемами привлечения к решению задач финансового планирования независимых внешних консультантов и экспертов в области финансовых рынков; Приемами подбора классов активов и финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента; Приемами составления прогноза денежного потока</p>	<p>Систематическое владение приемами привлечения к решению задач финансового планирования независимых внешних консультантов и экспертов в области финансовых рынков; Приемами подбора классов активов и финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента; Приемами составления прогноза денежного потока</p>	<p>Зачет</p>
<p>ПК-4 -Способность провести анализ и дать оценку существующих финансово-экономических рисков, составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровнях</p>					
<p><b>Знать:</b> Принципы дисконтирования денежного потока; принципы начисления сложных процентов; принципы расчета приведенной и будущей стоимости; принципы расчета доходности активов</p>	<p>Не знает принципы дисконтирования денежного потока; принципы начисления сложных процентов; принципы расчета приведенной и будущей стоимости; принципы расчета доходности активов</p>	<p>Фрагментарное знание о принципах дисконтирования денежного потока; принципах начисления сложных процентов; принципах расчета приведенной и будущей стоимости; принципах расчета доходности активов</p>	<p>Отдельные пробелы знаний о принципах дисконтирования денежного потока; принципах начисления сложных процентов; принципах расчета приведенной и будущей стоимости; принципах расчета доходности активов</p>	<p>Систематические знания о принципах дисконтирования денежного потока; принципах начисления сложных процентов; принципах расчета приведенной и будущей стоимости; принципах расчета доходности активов</p>	<p>Реферат, доклад, тест, зачет</p>
<p><b>Уметь:</b> Определять порядок проведения финансовых операций в зависимости от вида финансовых продуктов;</p>	<p>Не умеет определять порядок проведения финансовых операций в зависимости от вида финансовых продуктов;</p>	<p>Фрагментарное умение определения порядка проведения финансовых операций в зависимости от вида финансовых продуктов;</p>	<p>Отдельные пробелы в умении определения порядка проведения финансовых операций в зависимости от вида финансовых продуктов;</p>	<p>Сформировано умение определения порядка проведения финансовых операций в зависимости от вида финансовых продуктов;</p>	<p>Контрольное задание, научные дискуссии</p>
<p>получать, интерпретировать и документировать результаты исследований; рассчитывать размер инвестиций, необходимый для достижения целей клиента; рассчитывать целевую доходность в зависимости от финансовых целей и начального капитала</p>	<p>получать, интерпретировать и документировать результаты исследований; рассчитывать размер инвестиций, необходимый для достижения целей клиента; рассчитывать целевую доходность в зависимости от финансовых целей и начального капитала</p>	<p>получении, интерпритации и документирования результатов исследований; расчета размера инвестиций, необходимых для достижения целей клиента; расчета целевой доходности в зависимости от финансовых целей и начального капитала</p>	<p>получении, интерпритации и документирования результатов исследований; расчета размера инвестиций, необходимых для достижения целей клиента; расчета целевой доходности в зависимости от финансовых целей и начального капитала</p>	<p>получать, интерпритации и документирования результатов исследований; расчета размера инвестиций, необходимых для достижения целей клиента; расчета целевой доходности в зависимости от финансовых целей и начального капитала</p>	

<p><b>Владеть:</b> способностью провести анализ и дать оценку существующих финансово-экономических рисков, составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровне</p>	<p>Не владеет навыками анализа и оценки существующих финансово-экономических рисков, прогноза динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровне</p>	<p>Фрагментарное владение навыками анализа и оценки существующих финансово-экономических рисков, прогноза динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровне</p>	<p>Отдельные пробелы в навыках анализа и оценки существующих финансово-экономических рисков, прогноза динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровне</p>	<p>Владение навыками анализа, оценки существующих финансово-экономических рисков, составления и обоснования прогноза динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровне</p>	<p>Зачет</p>
<p>ПК-18 -Способность осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций</p>					
<p><b>Знать:</b> Порядок составления и заключения договоров об информационном обеспечении инвестиционных программ и мероприятий; основные информационные технологии, применяемые в процессе финансового консультирования</p>	<p>Не знает порядка составления и заключения договоров об информационном обеспечении инвестиционных программ и мероприятий; основных информационных технологий, применяемых в процессе финансового консультирования</p>	<p>Фрагментарные знания о порядке составления и заключения договоров об информационном обеспечении инвестиционных программ и мероприятий; основные информационные технологии, применяемые в процессе финансового консультирования</p>	<p>Содержат отдельные пробелы знания о порядке составления и заключения договоров об информационном обеспечении инвестиционных программ и мероприятий; основные информационные технологии, применяемые в процессе финансового консультирования</p>	<p>Сформированные систематические знания о порядке составления и заключения договоров об информационном обеспечении инвестиционных программ и мероприятий; основные информационные технологии, применяемые в процессе финансового консультирования</p>	<p>Реферат, доклад, тест, зачёт</p>
<p><b>Уметь:</b> Собирать, анализировать и предоставлять достоверную информацию в масштабах всего спектра финансовых (инвестиционных) услуг</p>	<p>НЕ умеет собирать, анализировать и представлять достоверную информацию в масштабах всего спектра финансовых (ин-</p>	<p>Фрагментарное умение сбора, анализа и предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра финансовых (ин-</p>	<p>Содержит отдельные пробелы умение сбора, анализа и предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра</p>	<p>Сформированно систематическое умение сбора, анализа и предоставления достоверной информации в масштабах всего спектра</p>	<p>Контрольное задание, научные дискуссии</p>
<p>–Учитывать текущую финансовую ситуацию и перспективу при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента –Планировать, прогнозировать и оценивать изменения финансовой ситуации при пользовании финансовыми (инвестиционными) услугами</p>	<p>вестиционных) услуг; учитывать текущую финансовую ситуацию и перспективы при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиентов; планировать, прогнозировать и оценивать изменения финансовой ситуации при пользовании финансовыми (инвестиционными) услугами</p>	<p>вестиционных) услуг; учета текущей финансовой ситуации и перспективы при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента; планирования, прогнозирования и оценивания изменения финансовой ситуации при пользовании финансовыми (инвестиционными) услугами</p>	<p>финансовых (инвестиционных) услуг; учета текущей финансовой ситуации и перспективы при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента; планирования, прогнозирования и оценивания изменения финансовой ситуации при пользовании финансовыми (инвестиционными) услугами</p>	<p>финансовых (инвестиционных) услуг; учета текущей финансовой ситуации и перспективы при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач клиента; планирования, прогнозирования и оценивания изменения финансовой ситуации при пользовании финансовыми (инвестиционными) услугами</p>	

<b>Владеть:</b> Владеть методологией финансового консультирования и финансового планирования Единой методологией финансового планирования; Приемами периодической актуализацией основных положений и принципов методологии финансового планирования	Отсутствие навыков владения методологией финансового консультирования и финансового планирования Единой методологией финансового планирования; Приемами периодической актуализацией основных положений и принципов методологии финансового планирования	Фрагментарные навыки владения методологией финансового консультирования и финансового планирования Единой методологией финансового планирования; Приемами периодической актуализацией основных положений и принципов методологии финансового планирования	Содержащие отдельные пробы навыки владения методологией финансового консультирования и финансового планирования; Единой методологией финансового планирования; Приемами периодической актуализацией основных положений и принципов методологии финансового планирования	Владеет методологией финансового консультирования и финансового планирования; Единой методологией финансового планирования; Приемами периодической актуализацией основных положений и принципов методологии финансового планирования	Зачет
---	---	---	---	--	-------

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

Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины и формирования компетенций представлены в виде комплекта методических материалов для проведения контактной и самостоятельной работы с обучающимися

#### **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

*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 ассортимента 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 ассортимента 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 ассортимента 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 ассортимента 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 ассортимента 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 ассортимента 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 на 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

## Эссе

1. Значение проведения маркетинговых исследований.
2. Полевые и лабораторные маркетинговые исследования
3. Ситуационный анализ в системе стратегического банковского маркетинга
4. Инструментарий проведения маркетинговых исследований
5. Определение индикативных параметров услуг, параметров конкуренции, характеристики среды рынка финансовых услуг
6. Методы и приёмы структурного анализа различных секторов

финансового рынка

7. Особенности маркетинга кредитного сектора рынка: основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов и депозитов

8. Ассортиментное предложение банковских услуг по операциям в национальной и иностранной валютах

9. Приемы и инструменты ситуационного анализа рынка банковских услуг

10. Методы управления конкурентными преимуществами банка на депозитном секторе финансового рынка

11. Методы и приёмы структурного анализа фондового портфеля банка

12. Особенности маркетинга фондового сектора рынка: основные формы внедрения; альтернативные формы портфельных инвестиций

13. Ассортиментное предложение банковских услуг по операциям торговых и неторговых сделок в иностранной валюте

14. Приемы и инструменты ситуационного анализа фондового рынка

15. Методы управления конкурентными преимуществами банка на валютном секторе финансового рынка

## 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 прайвип-банкинга

Для промежуточного контроля

Оценочные средства по компетенции ПК-2- Способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов

### **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.

Оценочные средства по компетенции ПК-4 способность провести анализ и дать оценку существующих финансово-экономических рисков,

составить и обосновать прогноз динамики основных финансово-экономических показателей на микро-, макро- и мезоуровнях

### **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.

Оценочные средства по компетенции ПК-18 способность осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций

### **Вопросы к зачету**

1. Методы определения целевых сегментов рынка банковских услуг.
2. Принципы сегментации розничного рынка банковских услуг.
3. Современные проблемы продвижения финансовых инноваций на кредитном секторе рынка банковских услуг.
4. Стратегическое планирование кредитного направления деятельности банка.

5. Планирование маркетинга в банке.
6. Формирование системы контроля менеджмента качества организации кредитного процесса в банке.
7. Формирование и оценка этапов жизненного цикла банковских инноваций .
8. Использование платёжных в расчетных технологиях.
9. Формирование банком стратегии коммуникации.
10. Основные элементы комплекса стимулирования в банке.
11. Стратегия стимулирования сбыта банковских кредитных продуктов.
12. Стимулирующая роль банковской рекламой деятельности в комплексе коммуникационной стратегии.
13. Современные методы конкурентной стратегии банка

#### **7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

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

**Реферат** – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы магистров с источниками литературы, их систематизация.
2. Развитие навыков логического мышления.
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы или вопроса.

Реферат должен быть структурирован (по разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

**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.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

### Доклад

Доклад – это письменное или устное сообщение, на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных работ или разработок, по соответствующей отрасли научных знаний, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщенное изложение результатов проведенных исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

### Критерии оценки знаний обучающихся при выступлении с докладом

Показатель	Градации	Баллы
Соответствие доклада заявленной теме, цели и задачам проекта	соответствует полностью	2
	есть несоответствия (отступления)	1
	в основном не соответствует	0
Структурированность (организация) доклада, которая обеспечивает понимание его содержания	структурировано, обеспечивает	2
	структурировано, не обеспечивает	1
	не структурировано, не обеспечивает	0
Культура выступления – чтение с листа или рассказ, обращённый к аудитории	рассказ без обращения к тексту	2
	рассказ с обращением к тексту	1
	чтение с листа	0
Доступность доклада о содержании проекта, его целях,	доступно без уточняющих вопросов	2
	доступно с уточняющими вопросами	1

задачах, методах и результатах	недоступно с уточняющими вопросами	0
Целесообразность, инструментальностьнаглядности, уровень её использования	целесообразна	2
	целесообразность сомнительна	1
	не целесообразна	0
Соблюдение временного регламента доклада (не более 7 минут)	соблюдён (не превышен)	2
	превышение без замечания	1
	превышение с замечанием	0
Чёткость и полнота ответов на дополнительные вопросы по существу доклада	все ответы чёткие, полные	2
	некоторые ответы нечёткие	1
	все ответы нечёткие/неполные	0
Владение специальной терминологией по теме проекта, использованной в докладе	владеет свободно	2
	иногда был неточен, ошибался	1
	не владеет	0
Культура дискуссии – умение понять собеседника и аргументировано ответить на его вопросы	ответил на все вопросы	2
	ответил на бóльшую часть вопросов	1
	не ответил на бóльшую часть вопросов	0

#### **Шкала оценки знаний обучающихся при выступлении с докладом:**

Оценка «отлично» – 15-18 баллов.

Оценка «хорошо» – 13-14 баллов.

Оценка «удовлетворительно» – 9-12 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» – 0-8 баллов.

#### **Тест.**

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

**Критерии оценки знаний обучаемых при проведении тестирования.**

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 студента менее чем на 50 % тестовых заданий.

#### **Эссе**

Эссе (франц. *essai* — попытка, проба, очерк, от лат. *exagium* — взвешивание), прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический,

литературно-критический, научно-популярный характер.

### **Признаки эссе:**

- наличие конкретной темы или вопроса. Произведение, посвященное анализу широкого круга проблем, по определению не может быть выполнено в жанре эссе.

- эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

- как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо, такое произведение может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер.

- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора - его мировоззрение, мысли и чувства.

Эссе — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

### **Структура эссе.**

Титульный лист.

Введение — суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

Основная часть — теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом

заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий: Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя содержанием разделы аргументацией (соответствующей подзаголовкам), необходимо в пределах параграфа ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

4. Заключение — обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д.

**Критериями оценки эссе** являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, степень раскрытия разных точек зрения на исследуемую проблему и качество формулирования собственного мнения соблюдения требований к оформлению.

**Оценка «отлично»** ставится, если выполнены все требования к написанию и защите эссе: 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, выступление докладчика было логически выверенным, речь — ясной, ответы на вопросы — уверенными и обоснованными.

**Оценка «хорошо»**— основные требования к эссе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём эссе; имеются упущения в оформлении, не четкости при ответах на вопросы.

**Оценка «удовлетворительно»**— имеются существенные отступления от требований к эссе. В частности: тема освещена не полностью; допущены фактические ошибки в содержании; речь докладчика не структурирована, допускались неточности при ответах на вопросы.

**Оценка «неудовлетворительно»**— тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или речь докладчика логически не выдержана, отсутствует новизна исследования, докладчик испытывает затруднения при ответах на вопросы.

### **Критерии оценки знаний при выполнении контрольного задания**

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.

### **Научная дискуссия**

Проведение научной дискуссии предполагает представление результатов исследования группе; участие в групповом обсуждении собственных результатов исследования и других обучающихся .

Для каждого докладчика назначается оппонент, который должен предварительно изучить подготовленный текст исследования обучающегося, и выступить противоположной точки зрения. Под творческими заданиями понимаются такие учебные задания, которые требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и могут иметь дискуссионный характер, несколько точек зрения и подходов к решению.

Творческое задание практическое и близкое к жизни придает смысл обучению, мотивирует обучающихся. Неизвестность ответа и возможность найти свое собственное «правильное» решение, основанное на своем персональном опыте и опыте своего коллеги, друга, позволяют создать фундамент для сотрудничества, сообучения, общения всех участников образовательного процесса, включая педагога. Творческое задание отвечает следующим критериям:

- не имеет однозначного и односложного ответа или решения;

- является практическим и полезным для обучающихся;
- связано с жизнью обучающихся;
- вызывает интерес у обучающихся;
- максимально служит целям обучения.

Этапы проведения научной дискуссии:

1. Обучающийся сообщает о теме, объекте, предмете и рабочей гипотезе исследуемой проблемы. Вместе с педагогом-предметником формируют индивидуальное задание, в которой необходимо отразить инструментарий и объект. Индивидуальное задание обучающийся должен согласовывать с научным руководителем.

2. Обучающийся изучает научную литературу, осуществляет стратегическую оценку объекта исследования, получает консультации от педагога-предметника и научного руководителя.

3. Обучающийся представляет результаты исследования и защищает их перед группой и оппонентом. Оппонент выдвигает противоположную точку зрения, а докладчик в споре с ним аргументирует свою.

### **Критерии оценивания проведения научной дискуссии:**

#### **Оценка «отлично» ставится при условии:**

- исследование выполнялась самостоятельно;
- материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников;
- презентация по теме оформлена с соблюдением всех требований для оформления проектов;
- защита и аргументация защищаемых положений проведена на высоком и доступном уровне.

#### **Оценка «хорошо» ставится при условии:**

- исследование выполнялось самостоятельно;
- материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников;
- презентация по теме оформлена с незначительными отклонениями от требований для оформления проектов;
- защита и аргументация защищаемых положений проведена проведена хорошо.

#### **Оценка «удовлетворительно» ставится при условии:**

- исследование выполнялась с помощью преподавателя;
- материал подобран в достаточном количестве;
- презентация по теме оформлена с отклонениями от требований для оформления проектов;
- защита и аргументация защищаемых положений проведена удовлетворительно.

#### **Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии:**

- работа не выполнена;
- материал в достаточном количестве не подобран;

— презентация по теме оформлена с отклонениями от требований для оформления ;

— защита и аргументация защищаемых положений не проведена.

### **Зачет.**

**Зачет** - форма проверки успешного выполнения обучающимися лабораторных работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе лабораторных занятий, самостоятельной работы.

Вопросы, выносимые на зачет, доводятся до сведения студентов 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 студенту, обнаружившему полное знание материала учебной программы, успешно выполняющему предусмотренные учебной программой задания, усвоившему материал основной литературы, рекомендованной учебной программой.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, 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 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 литература

1. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. - 380 с. - ISBN 978-5-9558-0311-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247039> (дата обращения: 22.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации : учебное пособие / А.П. Егоршин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 388 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook\_59e0c18f098a76.68931096. - ISBN 978-5-16-013498-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220559> (дата обращения: 22.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Вербицкий, В. Из идеального реальному 2.0: доказательное корпоративное управление / Владимир Вербицкий. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2020. - 496 с. - ISBN 978-5-6042881-8-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221054> (дата обращения: 22.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

## 9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### Перечень ЭБС

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

### Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование	Тематика
1	Научная электронная	Универсальная

	библиотека eLibrary	
2	КонсультантПлюс	Правовая

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При формулировании критериев оценки используется Положение системы менеджмента качества Пл КубГАУ 2.5.1 «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся» и следующие методические разработки:

1. Развитие системы маркетинга в банковском секторе: учебное пособие/ под ред. Г.Н. Накиповой и Д.Я. Родина. – Краснодар.: КубГАУ, 2013 – 350 с.

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

3. Маркетинг и кредитная политика банков: метод. указания для проведения семинарских занятий / сост. Л.Ю. Питерская, Д. Я. Родин - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 14с. -Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://edu.kubsau.ru/file.php/120\\_2020.pdf](https://edu.kubsau.ru/file.php/120_2020.pdf)

4. 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 (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем**

### **11.1 Перечень лицензионного ПО**

<b>№</b>	<b>Наименование</b>	<b>Краткое описание</b>
1	Microsoft Windows	Операционная система
2	Система тестирования INDIGO	Тестирование
3	Microsoft Office (включает Word, Excel, PowerPoint)	Пакет офисных приложений

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

## **12 Материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине** Планируемые помещения для проведения всех видов учебной деятельности

№ 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 ЗОО, посадочных мест — 30; площадь — 65,1м<sup>2</sup>; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; 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 №255 ЗОО, посадочных мест — 30; площадь — 34,1м<sup>2</sup>; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. сплит-система — 1 шт.; технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран); программное обеспечение: Windows, Office; специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель).</p> <p>Помещение №261 ЗОО, посадочных мест — 30; площадь — 43,1м<sup>2</sup>; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и</p>	350044, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13

		<p>промежуточной аттестации .  технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран);  программное обеспечение: Windows, Office;  специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель);</p> <p>Помещение №415 ЗОО, посадочных мест — 138; площадь — 129,5м<sup>2</sup>;  учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.  сплит-система — 2 шт.;</p> <p>технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран);  доступ к сети «Интернет»;  доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;  программное обеспечение: Windows, Office;  специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель).</p> <p>Помещение №263 ЗОО, площадь — 25,2м<sup>2</sup>; помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.  технические средства обучения (мфу — 1 шт.; экран — 1 шт.; проектор — 1 шт.;  сканер — 1 шт.; ибп — 1 шт.; компьютер персональный — 5 шт.);  программное обеспечение: Windows, Office.</p>	
--	--	---	--