


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ИЭиБ  
от 20 июня 2024 г., протокол № 10 / 271  
Председатель \_\_\_\_\_ И.Б.Романова  
« 20 » июня 2024 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	<b>Банковский маркетинг</b>
Факультет	экономики
Кафедра	финансов и кредита
Курс	4

Направление (специальность) 38.03.01 Экономика  
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) «Финансы и кредит»  
полное наименование

Форма обучения очная  
очная, заочная, очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1»\_сентября\_2024г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Романова А. В.	финансов и кредита	Доцент, к. э. н., доцент

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой финансов и кредита
 _____ /Ширяева Н.В./ <small>Подпись</small> <small>ФИО</small>
«19» июня 2024 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины** заключается в получении, углублении и систематизации общетеоретических, методологических и специальных знаний в сфере финансового банковского маркетинга, а также в изучении вопросов осуществления деятельности коммерческих банков в условиях современной экономики России.

### Задачи дисциплины

1. в осознании места банковского маркетинга в общей структуре менеджмента;
2. в приобретении и закреплении слушателями знаний в области теоретических основ управления коммерческим банком;
3. в создании и формировании практических подходов к организации деятельности коммерческих банков, их операций;
4. в изучении процессов регулирования банковской сферы экономики, его участников, методов и механизмов регулирования, а также системы контроля и надзора за функционированием коммерческих банков;
5. в исследовании специфических вопросов маркетинга в банках, таких как управление качественными характеристиками банковских продуктов и т.д.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Банковский маркетинг» является дисциплиной по выбору Блока Б1.В программы бакалавриата - части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для успешного освоения дисциплины «Банковский маркетинг» обучающийся должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными в результате изучения дисциплин:

Деньги. Кредит. Банки

Страхование

Корпоративные финансы /Финансы предприятий (организаций)

Пенсионное дело

Государственные и муниципальные финансы

Основы государственного финансового регулирования

Банковское дело

Финансовые рынки

Международные финансы/Международные валютно-кредитные отношения

Организация деятельности Центрального Банка/Денежно-кредитная политика

Центрального Банка

Дисциплина осваивается одновременно со следующими дисциплинами и практиками:

Рынок ценных бумаг

Мировые и национальные платежные системы

Финансовый механизм государственных закупок

Инвестиции /Инвестиционный анализ


Финансовый контроль/ Контроль в финансово-кредитной сфере

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Банковский маркетинг» необходимы для изучения таких дисциплин:

Финансовые риски /Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски

Финансовая безопасность/ Безопасность банковской деятельности

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины используются при прохождении преддипломной практики, при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### 3 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<b>ПК-8</b> Способен проводить финансовые исследования и осуществлять анализ конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков	Знать: основы банковского дела; нормативную базу, регламентирующую банковскую деятельность; концепции банковского маркетинга; Уметь: производить информационно-аналитическую работу для целей разработки и продвижению банковского продукта; Владеть: современными методами получения, анализа, обработки информации на банковском рынке
<b>ПК-9</b> Способен осуществлять консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг	Знать: характеристику банковской системы; нормативную базу, регламентирующую банковскую деятельность; Уметь: производить информационно-аналитическую работу по банковскому и кредитному рынку; Владеть: современными методами получения, анализа, обработки информации на банковском рынке

## 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 4 з.е.

### 4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – <b>очная</b> )	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам 7
Контактная работа обучающихся с преподавателем	54*	54*
Аудиторные занятия:		
лекции	18*	18*
практические и семинарские занятия	36*	36*
лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	54	54
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	Тестирование, устный опрос, решение задач	Тестирование, устный опрос, решение задач
Курсовая работа	–	–
Виды промежуточной аттестации	36(экзамен)	36(экзамен)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


Всего часов по дисциплине	144	144
---------------------------	-----	-----

\*В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, указанные часы работы ППС с обучающимися проводятся в дистанционном формате с применением электронного обучения

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения: очная

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторная работа			
1	2	3	4	5	6	7	
1. Теоретические основы банковского менеджмента и банковского маркетинга.	12	2	4		2	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос,
2. Понятие банка и организационные структуры банка	12	2	4		2	6	устный опрос,
3. Стратегическое и текущее планирование деятельности банка.	12	2	4		1	6	устный опрос,
4. Особенности банковского маркетинга	12	2	4		1	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос,
5. Изучение рынка банковских услуг	12	2	4		1	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос,
6. Разработка комплексной маркетинговой программы	12	2	4		1	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос, выполнение заданий
7. Маркетинг электронных банковских услуг.	12	2	4		1	6	устный опрос, выполнение заданий

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

8. Продвижение банковских услуг	12	2	4		2	6	устный опрос, выполнение заданий
9. Основные виды рисков в банковской деятельности.	12	2	4		1	6	устный опрос
Экзамен	36						
Итого	144	18	36		12	54	

## 5 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### **Тема 1. Теоретические основы банковского менеджмента и банковского маркетинга**

Цели и задачи банковского менеджмента: экономические и социальные. Содержание банковского менеджмента: финансовый менеджмент и управление персоналом. Регулирование в системе банковского менеджмента: государственный надзор за деятельностью коммерческих банков и система внутриванковского регулирования (саморегулирования). Правовые основы банковского менеджмента: федеральные законы, нормативные документы Банка России, нормативные документы самих кредитных организаций. Оценка качества банковского менеджмента. Критерии оценки качества менеджмента. Факторы неудовлетворительного управления.

### **Тема 2. Понятие банка и организационные структуры банка.**

Линейные модели организационных структур банка: функциональная, дивизионная модель, другие модели линейных структур. Матричные модели организационных структур банка: двухмерная матричная модель, трехмерная матричная модель, многомерные матричные модели. Причины и факторы изменения организационной структуры банков: выбор организационной структуры, причины изменения организационной структуры банка.

### **Тема 3. Стратегическое и текущее планирование деятельности банка.**

Виды планирования деятельности коммерческого банка: стратегическое, маркетинговое, текущее, тактическое, оперативное, финансовое, планирование персонала, составление сметы расходов банка и т.д. Цели и задачи стратегического планирования. Ситуационный анализ. Определение миссии и стратегических целей банка. Бизнес-планирование как способ интеграции стратегии и тактики банка. Содержание бизнес-планирования. Финансовое планирование деятельности банка.

### **Тема 4. Особенности банковского маркетинга**

Специфика банковского маркетинга. Особенности банковской услуги, влияющей на специфику банковского маркетинга. Тенденции развития банковского маркетинга. Среда банковского маркетинга. Комплекс «4Р». Внедрение маркетинга в банковскую деятельность. Задачи, приемы, функции банковского маркетинга. Концепции банковского маркетинга


### **Тема 5. Изучение рынка банковских услуг**

Основные элементы маркетинга. Основные виды маркетинга. Исследование рынка банковских услуг. Понятие сегмента рынка. Организация маркетинга.

### **Тема 6. Разработка комплексной маркетинговой программы**

Разработка комплексной маркетинговой стратегии. Процесс стратегического планирования. Разработка стратегии банка. Работа банка по разработке маркетинговой стратегии. Банковская маркетинговая стратегия

### **Тема 7. Маркетинг электронных банковских услуг**

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Эволюция электронного банкинга. Российский опыт внедрения электронных банковских услуг. Маркетинговое продвижение электронных банковских услуг.

### **Тема 8. Продвижение банковских услуг**

Инструменты коммуникативной политики банка. Теории коммуникативной политики. Способы и виды рекламы

### **Тема 9. Основные виды рисков в банковской деятельности.**

Финансовые риски: кредитный риск, риск ликвидности, ценовые риски. Отраслевой риск, риск страны-местопребывания заемщика. Риск недостаточной (излишней) ликвидности. Ценовые риски: риск изменения процентных ставок; рыночный риск; валютный риск. Базисный риск. Валютный риск: риск изменения обменного курса, риск конвертирования, риск открытой валютной позиции. Рыночный риск. Риск инфляции. Риск неплатежеспособности. Функциональные риски: стратегический риск, технологический риск, риск операционных или накладных расходов (риск неэффективности), риск внедрения новых продуктов и технологий (внедренческий риск). Прочие внешние риски: риск несоответствия, потери репутации. Взаимосвязь отдельных видов риска. Локализованный и нелокализованный риск. Способы управления некоторыми видами финансового риска.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Тема 1. Общая характеристика системы банковского менеджмента.**

#### **Форма проведения – семинар**

1. Банковский менеджмент как научная система управления банковским делом и персоналом. Значение менеджмента для обеспечения надежности банка.
2. Основные направления банковского менеджмента. Критерии оценки качества банковского менеджмента. Типы и факторы неудовлетворительного управления.
3. Основные направления банковского финансового менеджмента. Управление активами и обязательствами. Управление прибылью банка. Управление ликвидностью. Внутренний контроль. Организационная структура финансовой функции.  
Выполните следующие задания (работа в группах **интерактивная форма**).  
Опираясь на нормативные документы Банка России, выделите основные этапы процедуры создания новой кредитной организации; филиала коммерческого банка и его дополнительного офиса.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 1
2. Подготовиться к тестовым заданиям по теме 1.


### **Тема 2. Понятие банка и организационные структуры банка.**

#### **Форма проведения – семинар**

1. Понятие банка и его сущность. Типы банков, их классификация и тенденции развития.
2. Банковская инфраструктура и ее роль в обеспечении стабильности банковской деятельности.
3. Структура аппарата управления и задачи отдельных подразделений банка. Направления совершенствования структуры аппарата управления современным банком и улучшения банковской деятельности.

Выполните следующие задания (работа в группах **интерактивная форма**).

1. Составьте организационную структуру создаваемого банка (получившего лицензию на проведение банковских операций в рублях и иностранной валюте), выделяя возможные и необходимые подразделения, а также уровни управления банком.
2. Составьте организационную структуру банка, расширяющего свою деятельность и получившего генеральную банковскую лицензию, выделяя возможные и необходимые подразделения, а также уровни управления банком.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 2

**Тема 3. Стратегическое и текущее планирование деятельности банка.**

**Форма проведения – семинар**

1. Виды планирования деятельности коммерческого банка их характеристика.
2. Цели и задачи стратегического планирования.
3. Определение миссии и стратегических целей банка.

**Интерактивная форма. Деловая игра. «Выбор стратегии кредитной организации»** (В. В. Кузнецова, О. И. Ларина «Банковское дело: практикум» Учебное пособие, Кнорус)

Современная кредитная организация функционирует в условиях соперничества, и ей приходится как защищаться, так и нападать в конкурентной борьбе. Победа в этой борьбе и, соответственно, жизнеспособность банка во многом зависят от правильного выбора хозяйственной стратегии кредитной организации. Для решения данной задачи специалисты банка по стратегическому планированию должны правильно оценить ситуацию, в условиях которой работает и будет функционировать предприятие. Анализ хозяйственной стратегии позволяет определить цели, достижение которых должна обеспечить ее реализация.

**Цель** проведения игры «Выбор стратегии кредитной организации» состоит:

- в изучении ее участниками совокупности стратегий, которые могут использоваться коммерческими банками;
- приобретении участниками игры навыков по формированию стратегии кредитной организации в зависимости от условий конкретной ситуации, в которой оказался банк.

**Методы**, используемые в деловой игре «Выбор стратегии кредитной организации», следующие:


- метод тестирования (используется в деловой игре для определения уровня знания участниками хозяйственных стратегий банков и повышения данного уровня);
- метод мозгового штурма (способ получения новых идей, решение какой-либо частной стратегической проблемы в результате коллективного творчества участников в ходе заседания-сеанса, проводимого по определенным правилам);
- метод конкретных ситуаций (способ экономического анализа, позволяющий определять состояние, в котором оказалась кредитная организация, и разработать рекомендации по выведению ее из кризиса);
- метод моделирования (способ исследования и проектирования процессов, систем, объектов и ситуаций, основанный на построении и изучении их моделей; в деловой игре этот метод используется для моделирования хозяйственной ситуации, в которой находится кредитная организация, вынужденная разрабатывать определенную стратегию).

**Организация** деловой игры подразумевает, что ее будут проводить два преподавателя-руководителя. **Функции** руководителей **игры:**

- **общее руководство** проведением деловой игры;
- инструктаж **участников;**
- формирование творческих групп;
- анализ хода проведения деловой игры и подведение ее итогов;
- руководство творческими группами в процессе деловой игры. Количество членов деловой игры может насчитывать от восьми до 24 человек. В зависимости от числа участников и уровня их знаний из них формируются от двух до шести творческих групп.

При работе в творческих группах игроки получают навыки коллективного принятия решений. При этом все участники процесса исполняют одну роль — специалиста по стратегическому управлению банками.

Руководство творческой группой осуществляется одним из ее членов, который либо

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

назначается преподавателем, либо избирается остальными участниками.

Игроки также избирают из своего состава секретаря, который фиксирует идеи и решения, выдвинутые творческой группой.

Этапы деловой игры «Выбор стратегии кредитной организации»:

- 1) подготовка проведения игры, инструктаж участников;
- 2) индивидуальное тестирование участников игры;
- 3) групповое тестирование методом мозгового штурма;
- 4) моделирование хозяйственной ситуации;
- 5) разработка стратегии организации;
- 6) обсуждение стратегий, разработанных участниками игры;
- 7) подведение итогов.

Продолжительность игры — от четырех до шести часов.

Участники работают в творческих группах на третьем—шестом этапах.

**Процедура** проведения деловой игры следующая.

*Этап 1.* Подготовка проведения игры.

— На данном этапе один из руководителей процесса методом опроса определяет уровень знания его участниками темы стратегического управления кредитной организацией и в случае необходимости проводит краткую лекцию (20 минут) по данной проблеме.

Руководители сообщают участникам:

- о целях проведения и их задачах на каждом этапе игры;
- порядке проведения деловой игры;
- порядке формирования творческих групп и правилах работы участников в сформированных группах.

*Этап 2.* Индивидуальное тестирование.

Цель проведения данного этапа — оценка знания игроками стратегий кредитных организаций.

Каждому участнику выдается один из тестов задания.

Время тестирования — 20—30 минут.

По результатам проверки руководители формируют творческие группы — так, чтобы в каждой были и «сильные», и «слабые» участники.

*Этап 3-* Групповое тестирование методом мозгового штурма.

Цель проведения данного этапа — приобретение игроками знаний о стратегиях кредитных организаций в процессе:

- 1) решения тестов методом мозгового штурма;
- 2) обсуждения результатов тестирования и комментирования тестов руководителем группы.

Время проведения этапа — 60 минут.

*Этап 4.* Моделирование хозяйственной ситуации, в которой находится кредитная организация, использующая определенную стратегию.

На данном этапе деловой игры ее участники моделируют хозяйственную ситуацию, в которой оказался банк, использующий определенную стратегию.


Один из руководителей игры выдает каждой группе участников по два варианта стратегии и объясняет приемы моделирования ситуации на примере одной из стратегий.

Игроки могут:

- либо моделировать каждую из двух ситуаций всем составом группы;
- либо разделиться на две подгруппы, каждая из которых будет моделировать одну из двух ситуаций; в этом случае на общем совещании участников группы модели ситуации корректируются.

Руководители анализируют ситуации для определения их адекватности предложенной стратегии и возможности их использования для разработки стратегий на



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

следующем этапе игры.

Время проведения этапа — 60 минут.

*Этап 5.* Разработка стратегии кредитной организации.

Цель проведения данного этапа — приобретение ее участниками игры навыков формирования стратегии.

Игроки по группам получают описание двух хозяйственных ситуаций, разработанных на предыдущих этапах другой творческой группой.

Далее участники методом «мозгового штурма» выбирают стратегию, которая наиболее подходит кредитной организации, оказавшейся в той хозяйственной ситуации, описание которой они получили.

Время проведения этапа — 20 минут.

*Этап 6.* Обсуждение выбора стратегий, осуществленных творческими группами.

Этап проводится методом совещания.

Каждый руководитель группы на совещании всех участников игры зачитывает полученную его творческой группой хозяйственную ситуацию и обосновывает выбор стратегии, которую рационально применить организации в данной ситуации.

Оппонентом по каждому докладу выступает руководитель той творческой группы, которая разрабатывала хозяйственную ситуацию.

Участники на совещании должны определить и обсудить адекватность выбранной стратегии хозяйственной ситуации.

Игроки могут предложить другой вариант стратегии — более эффективный — в условиях предложенной хозяйственной ситуации.

*Этап 7.* Подведение итогов.

Руководители игры подводят итоги, отмечая лучших участников и лучшие творческие группы.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 3


#### **Тема 4. Особенности банковского маркетинга**

##### **Форма проведения – семинар**

1. Понятие банковского маркетинга.
2. Цели банковской деятельности и цели маркетинга.
3. Основные функции банковского маркетинга.
4. Особенности банковского маркетинга.
5. Тенденции развития банковского маркетинга.
6. Задачи, приемы банковского маркетинга.
7. Внедрение маркетинга в банковскую деятельность.
8. Особенности банковской услуги.
9. Среда банковского маркетинга.
10. Комплекс «4Р».
11. Концепции банковского маркетинга

**Интерактивная форма. Круглый стол.** Среди функций банковского маркетинга приоритетную роль играет исследование рынка банковских услуг. От того, насколько тщательно изучены и определены уровень, характер и структура спроса, конкуренция, условия сбыта, зависит успех банка. Результаты этих исследований кладутся в основу всех других функций маркетинга. Они определяют темпы обновления выпускаемой продукции, технического перевооружения, потребность в материалах и рабочей силе.

Отечественная практика конверсии показывает, что отсутствие рыночных исследований, игнорирование реально происходящих рыночных процессов является основной причиной неудач в конверсии.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Не менее важную роль среди функций маркетинга играет планирование. Именно с его помощью увязываются воедино вопросы выбора нужного для рынка товара или целого ассортимента продукции, ценообразование, реклама, сбыт, позволяя разрабатывать стратегию и тактику банка. Проанализируйте указанные в задании функции маркетинга и дополните их перечень.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 4
2. Подготовиться к тестовым заданиям по теме 4.

**Тема 5. Изучение рынка банковских услуг**

**Форма проведения - семинар**

1. Основные элементы маркетинга.
2. Основные виды маркетинга.
3. Маркетинг, ориентированный на потребителя.
4. Маркетинг, ориентированный на продукт.
5. Смешанный маркетинг.
6. Характеристика маркетинга в зависимости от спроса: конверсионный; стимулирующий; развивающий; ремаркетинг; синхромаркетинг; поддерживающий; демаркетинг.
7. Сегментация рынка банковских услуг.
8. Маркетинговые исследования.
9. Источники информации.
10. Сбор данных через опрос, наблюдение, эксперимент.
11. Критерии сегментации.
12. Виды сегментации.
13. Понятие “ниши” банка на рынке.
14. Организация маркетинга.

**Интерактивная форма.**

1. Круглый стол. Влияние геополитической ситуации на политику банка.
2. Банковский маркетинг как особый подход к управлению производством и реализацией продукции сформировался:
3. а) в начале двадцатого века, когда в ряде промышленно развитых стран обострилась конкуренция между производителями продукции и шел процесс создания крупномасштабного производства.
4. б) в 1926 г., когда в США была создана Национальная ассоциация маркетинга и рекламы.
5. в) в 1929-1988 гг., когда в США разразился глубокий экономический кризис.
6. Какой из перечисленных вариантов ответа представляется вам верным?
7. Аргументировано объясните свою позицию.
8. Когда, по вашему мнению, маркетинг появился в современной России?
9. Какие объективные обстоятельства способствуют развитию российского маркетинга?


*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 5
2. Подготовиться к тестовым заданиям по теме 5.

**Тема 6. Разработка комплексной маркетинговой программы**

**Форма проведения – семинар**

1. Понятие стратегического планирования.
2. Факторы, влияющие на стратегию банка.
3. Цели стратегического планирования.
4. Процесс стратегического планирования.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

5. Определение задач банка.
6. Создание подразделений банка.
7. Разработка стратегии.
8. Тактика маркетинга.
9. Оценка результатов.
10. Качественные и количественные показатели деятельности банка.
11. Методика разработки стратегического плана.
12. Виды стратегических планов: бизнес-план, концепция, миссия, рабочий план и бюджеты подразделений.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 6
2. Подготовиться к тестовым заданиям по теме 6.
3. Выполнить задание
4. Определите потребность сегмента в услугах и возможность банка в их предоставлении.


Потребности	Уровень потребности (высокий, средний, низкий)	Возможность банка (высокая, средняя, низкая)
Основные потребности в услугах - внутригородские расчеты - иногородние расчеты - система Банк-клиент - инкассация - краткосрочное кредитование - инвестиции - прием наличных денежных средств - система Телебанк - система Интернет-Банк-Клиент - расчеты векселями - консультации - валютное обслуживание - размещение средств в депозиты - услуги в системе «Золотая корона»		

## Тема 7. Маркетинг электронных банковских услуг

### Форма проведения – семинар

1. Эволюция электронного банкинга: Система «Клиент-банк»; Мобильный бантинг (WAP-бантинг); Интернет-бантинг, SMS-бантинг.
2. Иерархия электронных банковских услуг.
3. Достоинства и недостатки внедрения системы "Клиент-банк" для банка и клиентов.
4. Автоматизированные банковские системы (АБС).
5. Российский опыт внедрения электронных банковских услуг.
6. Маркетинговое продвижение электронных банковских услуг.

**Интерактивная форма. Круглый стол.** Привлечение межбанковских кредитов. Показатели ставок (MIBID, MIBOR, MIACR, MIACR-IG и MIACR-B). Ставка RUONIA (Ruble Overnight Index Average). MosPrime Rate. Кредитные рейтинги Moody's, Fitch и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Standard&Poor's. Изменения кредитных рейтингов российских банков.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 7
2. Выполнить задание

Задание.

Российский банк N с целью определения стратегии своего развития выясняет возможность и целесообразность начала изготовления нового банковского продукта. Идея такой продукции может:

3. а) возникнуть у руководства банка;
4. б) быть высказана торговыми посредниками банка;
5. в) исходить от клиентов;
6. г) быть вызовом конкурентов.
7. Оценить с различных точек зрения каждый из предложенных вариантов.
8. Назовите дополнительные источники появления идеи нового товара.

**Тема 8. Продвижение банковских услуг**

**Форма проведения – семинар**

1. Понятие о продвижении банковских услуг.
2. Коммуникативная политика.
3. Инструменты коммуникативной политики.
4. Личная продажа.
5. Реклама. Стимулирование сбыта.
6. Связь с общественностью.
7. ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта).
8. Реклама. Положительные и отрицательные стороны рекламы.
9. Разработка плана рекламы.
10. Прямой маркетинг.
11. Телемаркетинг.
12. Способы и виды рекламы.

Интерактивная форма.

Деловая игра 1. Работа в группах. Кредитный комитет рассматривает заявку и принимает решение.

Деловая игра 2. Работа в группах. Формирование разных типов (какой попадается по жребию) портфеля ценных бумаг для банка.

*Задания для самостоятельной работы:*


1. Подготовиться к устному опросу по теме 8
2. Выполнить задания

Задания:

1. Маркетинговая политика банка направлена на привлечение максимального числа вкладчиков с целью создания основы для осуществления главной цели – получение прибыли за счет процентов по предоставленным ссудам. В экономически развитых странах выработаны особые подходы во взаимоотношениях банков с потенциальными клиентами, так называемая концепция социально-этичного маркетинга.

Так, в Кодексе банковской практики Английской ассоциации банков сформулированы следующие требования:

- а) не злоупотреблять методами прямого воздействия на потребителя (например, с помощью почты);
- б) не вводить потенциальных клиентов в заблуждение относительно легкости получения ссуды;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

в) уважать интересы этнических меньшинств и т.д.

Продолжите перечень требований Кодекса.

Какие особенности современной России накладывают отпечаток на маркетинговую деятельность российских банков?

- В ходе встреч с главным бухгалтером предприятия выявлена проблема, связанная с увеличением накладных расходов и потребность в их сокращении. Для решения этой проблемы менеджер банка предлагает один из вариантов решения – участие в зарплатном проекте, который позволит снизить затраты по получению наличных денежных средств в банке, доставке средств на предприятие, выдача их работникам. Предлагается выбор из двух вариантов – перевод заработной платы сотрудников во вклад до востребования, или вклад с использованием пластиковой карты. Охарактеризуйте каждый из вариантов решения.

### **Тема 9. Основные виды рисков в банковской деятельности.**


#### **Форма проведения - семинар**

- Понятие и сущность банковских рисков. Доходность и риск. Причины появления банковских рисков. Факторы, влияющие на уровень риска.
- Классификация банковских рисков. Критерии, положенные в основу классификации.
- Методы оценки риска: статистический, аналитический, комплексный. Общий размер риска банка.
- Внутренние риски банка, связанные с активами, пассивами, управлением активами - пассивами, риски финансовых услуг.
- Внешние риски.
- Кредитный риск. Классификация. Методы оценки и способы предупреждения кредитных рисков.
- Процентный риск. Методы оценки и управление процентным риском.
- Валютный риск. Структура, виды и управление валютными рисками.
- Стратегия управления банковскими рисками. Факторы, влияющие на стратегию управления банковскими рисками.

#### **Интерактивная форма. Круглый стол.**

#### **Проблемные вопросы (обсуждаются на круглых столах)**

- Каков удельный вес кредитных портфелей в совокупных активах российских банков? Как он изменился за последние два года?
- В докризисный период рынок межбанковских кредитов в нашей стране активно развивался. Но с началом кризиса механизм его функционирования претерпел серьезные изменения. Как он функционирует в настоящее время? Каков объем рынка межбанковских кредитов? Какие кредиты предоставляются? Каковы структура рынка и состав участников?
- В последние годы российские коммерческие банки активно развивали потребительское кредитование. Какова в настоящее время динамика удельного веса потребительских кредитов в кредитных портфелях банков? Какие потребительские кредиты предоставляют гражданам российские банки и на каких условиях? Сопоставьте условия различных банков по аналогичным по суммам и срокам кредитов.
- Обратной стороной расширения потребительского кредитования стал рост потребительской задолженности населения. Более того, ряд специалистов высказывают опасение, что данное направление деятельности банков может стать убыточным. Один из способов добиться возврата кредита от физического лица — обращение в специализированное коллекторское агентство. Данные организации стали создаваться в нашей стране лишь с началом 2000-х гг. Как создаются Коллекторские агентства? Чем они занимаются? Каков объем рынка у лидеров данного

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

направления? С какими проблемами сталкиваются коллекторские агентства в условиях кризиса?

5. В условиях кризиса многие российские банки пересмотрели приоритеты своей кредитной политики. Какие заемщики — юридические лица стали для российских банков «нежелательными» клиентами? Проанализируйте, какой была динамика кредитов, предоставляемых крупным торговым компаниям, кредитов в основные средства за последние два года.
6. Крупные российские предприятия в докризисный период получали синдицированные кредиты, но, как правило, отечественные банки редко становятся организаторами подобного рода финансирования, в лучшем случае они выступают членами кредитного синдиката. Как формируется синдицированный кредит? Почему он получил распространение? Сопоставьте условия нескольких синдицированных кредитов, аналогичных по размерам и срокам, полученных российскими компаниями.
7. Один из способов повышения качества кредитных портфелей — функционирование бюро кредитных историй. Как они работают в нашей стране? Какая информация аккумулируется в их базах данных? Что представляет собой рынок кредитных историй? С какими проблемами столкнулись бюро кредитных историй после начала кризиса? Сопоставьте российский и зарубежный опыт функционирования бюро кредитных историй.
8. Выдавая клиенту график платежей по кредиту, банки, как правило, никогда не объясняют, как рассчитываются суммы платежей. Какие формулы они чаще всего используют? Чем это оборачивается для заемщика? Какие дополнительные расходы по обслуживанию кредита несет клиент?

Российские банки помимо процентных платежей обычно устанавливают для заемщиков различные дополнительные комиссии по ссуде. Составьте список чаще всего устанавливаемых комиссий и объясните их назначение. Рассчитайте, насколько эти комиссии делают обслуживание кредита дороже.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Подготовиться к устному опросу по теме 9

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**


*Данный вид работы не предусмотрен УП.*

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

*Данный вид работы не предусмотрен УП.*

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Специфика банковского маркетинга.
2. Особенности банковской услуги, влияющей на специфику банковского маркетинга.
3. Цели банковской деятельности и цели маркетинга.
4. Развитие функций банковского маркетинга
5. Тенденции развития банковского маркетинга и электронных банковских услуг.
6. Основные виды маркетинга.
7. Характеристика маркетинга в зависимости от спроса.
8. Сегментация рынка банковских услуг.
9. Источники информации для маркетинговых исследований.
10. Задачи и приемы банковского маркетинга: сегментация, агрегирование, позиционирование, персонализация.
11. Стратегия банковского маркетинга.
12. Внедрение маркетинга в банковскую деятельность.
13. Основные элементы маркетинга.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

14. Понятие банковского продукта.
15. Исследование рынка банковских услуг.
16. Процесс маркетингового исследования.
17. Критерий сегментации.
18. Методы сбора информации.
19. Комплекс маркетинга «4Р»
20. Электронные банковские услуги: Клиент-Банк, СМС-банкинг, Интернет-Банк-Клиент и др.
21. ЖЦТ банковской услуги.
22. Теории коммуникативной политики.
23. Система маркетингового контроля.
24. Методика разработки стратегического плана.
25. Среда банковского маркетинга. Ситуационный подход.
26. Международный маркетинг.
27. Инструменты коммуникативной политики.
28. Виды рекламы. Отрицательные и положительные стороны рекламы.
29. Виды стратегических планов: бизнес-план, рабочий план, др.
30. Цели стратегического планирования.
31. Виды рекламы. Отрицательные и положительные стороны рекламы.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Теоретические основы банковского менеджмента и банковского маркетинга.	проработка учебного материала подготовка к тестированию подготовка к экзамену	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос, экзамен
2. Понятие банка и организационные структуры банка	проработка учебного материала подготовка к экзамену	6	устный опрос, экзамен
3. Стратегическое и текущее планирование деятельности банка.	проработка учебного материала подготовка к экзамену	6	устный опрос, экзамен
4. Особенности банковского маркетинга	проработка учебного материала подготовка к тестированию подготовка к экзамену	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос, экзамен
5. Изучение рынка банковских услуг	проработка учебного материала подготовка к тестированию подготовка к экзамену	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос, экзамен

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

6. Разработка комплексной маркетинговой программы	проработка учебного материала подготовка к тестированию решение задач подготовка к экзамену	6	Проверка тестовых заданий, устный опрос, решение задач, экзамен
7. Маркетинг электронных банковских услуг.	проработка учебного материала решение задач подготовка к экзамену	6	устный опрос, решение задач, экзамен
8. Продвижение банковских услуг	проработка учебного материала решение задач подготовка к экзамену	6	устный опрос, решение задач, экзамен
9. Основные виды рисков в банковской деятельности.	проработка учебного материала подготовка к экзамену	6	устный опрос, экзамен
Итого		54	





Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. **Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий




Щуренко Ю.В.

03.06.2024

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации представляют собой учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик



доцент кафедры «Финансы и кредит» Романова А. В.

11.06.2024