

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.04.2023 10:41:22

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Закреплена за кафедрой **Банковское дело**

Управление банковским продуктом

Учебный план z38.04.01.16_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: овладение организационно-методическими подходами к управлению продуктовым рядом коммерческих банков, формирование умений и навыков в области продаж банковских продуктов и анализа конъюнктуры их рынка
-----	---

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

ПК-6: Способен консультировать клиентов кредитной организации по широкому спектру финансовых услуг

ПК-5: Способен использовать и анализировать различные источники информации в целях управления рисками и доходностью портфеля корпоративных кредитных продуктов банка

ПК-4: Способен консультировать клиентов кредитной организации, относящихся к юридическим лицам различных организационно-правовых форм, по вопросам их участия в сделках кредитования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
современные коммуникативные технологии продаж банковских продуктов (соотнесено с индикатором УК- 4.1);
методы и приемы анализа конъюнктуры рынка банковских кредитных корпоративных продуктов, оценки финансово- хозяйственной деятельности корпоративного заемщика, методы выявления потребности клиента и структурирования кредитных сделок(соотнесено с индикатором ПК- 4.1);
кредитные продукты для корпоративных клиентов, методы кредитного ценообразования(соотнесено с индикатором ПК- 5.1);
финансовые продукты и услуги, предлагаемые кредитными организациями, их нормативно-правовая база, принципы подбора и методы выявления потребностей клиента, приемы и методы анализа информации о финансовых услугах (соотнесено с индикатором ПК- 6.1)

Уметь:
применение на практике коммуникативных технологий, методов и способов делового общения для осуществления продаж банковских продуктов (соотнесено с индикатором УК-4.2);
проведение анализа рынка кредитных корпоративных продуктов, оценка и оптимизация условий кредитных сделок (соотнесено с индикатором ПК- 4.2);
анализ состояния и тенденций развития конкуренции на рынке банковского корпоративного кредитования (соотнесено с индикатором ПК- 5.2);
анализ ситуации и тенденций на финансовом рынке, формирование продуктового ряда в соответствии с потребностями клиента, расчет стоимости финансовых решений (соотнесено с индикатором ПК- 6.2)

Владеть:

навыки межличностного делового общения на государственном и иностранном языках в процессе организации продаж банковских продуктов (соотнесено с индикатором УК- 4.3);

навыки ведения деловых переговоров с корпоративными клиентами банка по вопросам структурирования условий кредитных сделок с ними (соотнесено с индикатором ПК- 4.3);

навыки сегментации корпоративных клиентов (соотнесено с индикатором ПК- 5.3);

навыки экспертизы решений клиента по приобретению банковских продуктов и услуг (соотнесено с индикатором ПК- 6.3)