

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.04.2024 14:46:50
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

Рабочая программа дисциплины
Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий

Направление 38.04.01 Экономика
магистерская программа 38.04.01.20 "Взаимодействие банков и предприятий"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Банковское дело**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Мазняк В.М.

Зав. кафедрой: Д.э.н., профессор Семенюта О.Г.

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Ниворожкина Л.И.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: изучение методов и приемов банковского продуктового менеджмента, предназначенных для гармонизации взаимоотношений между банками и предприятиями
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен организовывать управление процессом кредитования корпоративных клиентов, оценивать состояние портфеля кредитов, предоставленных корпоративным клиентам

ПК-6: Способен консультировать корпоративных клиентов по широкому спектру финансовых продуктов и услуг, составлению финансового плана и формированию инвестиционного портфеля

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
этапы кредитного процесса, виды кредитных продуктов для корпоративных клиентов, факторы, влияющие на стоимость и доходность кредитования предприятий (соотнесено с индикатором ПК-2.1)
банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов, методики и инструментарий финансового планирования банка и предприятия (соотнесено с индикатором ПК-6.1)
Уметь:
проведение сегментации корпоративных клиентов, анализ данных о динамике клиентской базы, бенчмаркинг банковских продуктов на рынке корпоративного кредитования, разработка кредитных продуктов для корпоративных клиентов (соотнесено с индикатором ПК-2.2)
анализ ситуации и тенденций на финансовом рынке, включая рынок ценных бумаг, консультирование корпоративных клиентов по банковским продуктам (соотнесено с индикатором ПК-6.2)
Владеть:
разработки предложений в сфере кредитования корпоративных заемщиков, их оформления и презентации для коллегиальных органов банка (соотнесено с индикатором ПК-2.3)
учета текущей финансовой ситуации и ее прогнозирования на будущее при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач корпоративного клиента; навыки рационального подбора и оптимизации финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента, навыки расчета стоимости финансовых решений с оценкой потенциальных рисков; навыки планирования мероприятий, направленных на повышение качества банковских продуктов и услуг для предприятий (соотнесено с индикатором ПК-6.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Банковские продукты для предприятий				
1.1	Тема 1.1 «Конкурентоспособность банковских продуктов» Банковский продукт: подходы к определению. Гомогенность и универсальность банковского продукта. Потребители банковского продукта и их интересы. Содержание процесса управления банковскими продуктами. Факторы конкурентоспособности банковского продукта. Конкурентные стратегии коммерческих банков. Маркетинг в коммерческих банках и его особенности. Продвижение банковских продуктов. /Лек/	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8

1.2	<p>Тема 1.2 «Потребительские характеристики банковских продуктов для предприятий» Цена банковского продукта как фактор конкурентоспособности. Виды цен. Этапы ценообразования в коммерческом банке. Затратные, рыночные и параметрические методы ценообразования на банковские продукты. Проблемы ценообразования. Влияние бренда на установление цены. Цели и методы воздействия Банка России на ценообразование в коммерческих банках. Теоретические подходы к определению категории качество. Эволюция концепций качества. Понятие качества услуги, ее «техническое» и «функциональное» качество. Методика «SERVQUAL». Современная философия качества. Международные стандарты ИСО 9000, их принципы. Опыт внедрения стандартов ИСО 9000 в деятельности российских коммерческих банков. /Лек/</p>	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
1.3	<p>Тема 1.1 «Конкурентоспособность банковских продуктов» 1. Понятие банковского продукта и его виды. 2. Свойства и отличительные особенности банковского продукта. 3. Потребители банковского продукта и их интересы. 4. Факторы конкурентоспособности банковского продукта. 5. Комплекс банковского маркетинга. /Пр/</p>	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
1.4	<p>Тема 1.2 «Потребительские характеристики банковских продуктов для предприятий» 1. Понятие цены банковского продукта, виды цен. 2. Этапы и факторы ценообразования в коммерческом банке. 3. Современные проблемы банковского ценообразования. 4. Понятие и концепции качества в науке. 5. Понятие качества услуги и его составляющие. Методика «SERVQUAL». 6. Применение стандартов качества в банковской деятельности. /Пр/</p>	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
1.5	<p>Тема 1.1 «Конкурентоспособность банковских продуктов» 1. Сравнение операционного, маркетингового и продуктового подходов к деятельности коммерческого банка. 2. Обзор современного состояния финансового рынка с отражением перспектив развития конкуренции. 3. Подготовка каталога банковских продуктов конкретного коммерческого банка. Сравнение полноты его продуктовой ряд с двумя ближайшими конкурентами. 4. Составление презентации выбранного банка для внешней аудитории. 5. Усвоение текущего материала. 6. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств LibreOffice /Ср/</p>	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8

1.6	<p>Тема 1.2 «Потребительские характеристики банковских продуктов для предприятий»</p> <p>1. Классификация банковских продуктов выбранного банка с точки зрения видов цен и методов ценообразования.</p> <p>2. Сравнение цены на отдельный продукт выбранного банка с конкурентами на региональном рынке.</p> <p>3. Оценка качества обслуживания в конкретном банке с помощью отдельных методов конкурентной разведки (сбор информационных материалов, посещение офисов банка, получение информации по интернету и телефону).</p> <p>4. Решение задач по теме.</p> <p>5. Усвоение текущего материала.</p> <p>6. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств LibreOffice . /Ср/</p>	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
	Раздел 2. Методы управления банковскими продуктами для предприятий				
2.1	<p>Тема 2.1 «Оценка потребительских свойств чистых банковских продуктов»</p> <p>Современные методы оценки величины денежных потоков, генерируемых банковскими продуктами. Проблемы выбора ставки дисконтирования. Влияние налогообложения на денежные потоки клиента и банка. Влияние фактора ликвидности на потребительскую оценку банковских продуктов. Классификация продуктовых рисков банка, их сущность, значение, методы оценки. /Лек/</p>	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.2	<p>Тема 2.2 «Основы инжиниринга банковских продуктов»</p> <p>Денежные потоки, риск и ликвидность банковских продуктов: характер взаимосвязи, оценка различными группами потребителей. Оптимизация основных характеристик банковских продуктов. Иммунизация фиксированных денежных потоков. Хеджирование. Управление продажами в банке, формы и методы продаж банковских продуктов. Определение целевого сегмента и каналов доставки продукта. Планирование процессов проектирования, генерации и сбыта банковских продуктов. Теоретические основы финансового инжиниринга. Секьюритизация активов. Определение внутрибанковских критериев и стандартов процессов связанных с генерацией банковских продуктов. Построение имитационных моделей банковского обслуживания. /Лек/</p>	3	4	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.3	<p>Тема 2.1 «Оценка потребительских свойств чистых банковских продуктов»</p> <p>1. Современные методы оценки величины денежных потоков, генерируемых банковскими продуктами.</p> <p>2. Фактор ликвидности при оценке банковских продуктов.</p> <p>3. Продуктовые риски коммерческого банка, их сущность и значение.</p> <p>4. Методы оценки продуктовых рисков коммерческого банка.</p> <p>5. Виды и методы построения рейтингов.</p> <p>6. Основы построения системы бенчмаркинга банковских продуктов. /Пр/</p>	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8

2.4	<p>Тема 2.2 «Основы инжиниринга банковских продуктов»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные характеристики банковских продуктов, методы и направления оптимизации. 2. Иммунизация фиксированных денежных потоков. 3. Хеджирование рисков. 4. Управление продажами в коммерческом банке. Современные каналы доставки банковских продуктов. 5. Управление жизненным циклом банковских продуктов. 6. Управление жизненным циклом банковских продуктов. 7. Теоретические основы финансового инжиниринга. Секьюритизация активов. 8. Стандартизация банковской деятельности. /Пр/ 	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.5	<p>Тема 2.3«Управление кредитными продуктами»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общая характеристика формализованных систем оценки кредитоспособности заемщика. 2. Кредитный скоринг. 3. Андеррайтинг. 4. Экспертные методы оценки кредитоспособности заемщика. 5. Проблемы автоматизации принятия решений при выдаче кредитов. /Пр/ 	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.6	<p>Тема 2.4 «Обслуживание банками состоятельных клиентов»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Построение взаимоотношений с V.I.P. – клиентами. 2. Проблемы и пути формирования устойчивого партнерства банка и клиента. 3. Продукты российских банков для состоятельных клиентов (самостоятельное исследование). <p>/Пр/</p>	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.7	<p>Тема 2.5 «Имидж и бренд коммерческого банка»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Имидж банка как фактор его конкурентоспособности. Составляющие имиджа. 2. Понятие брендинга и его концепции. Методы оценки стоимости брэнда. 3. Этапы повышение стоимости торговой марки банка. 4. Банковские бренды в рамках рейтингов. 5. Итоговая конференция по курсу. /Пр/ 	3	2	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.8	<p>Тема 2.1 «Оценка потребительских свойств чистых банковских продуктов»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Построение модели денежных потоков конкретного банковского продукта. Оценка доходности продукта для банка и клиента. Построение карты рисков. 2. Рассмотрение денежных потоков банковского продукта с точки зрения различных сценариев развития событий. 3. Решение задач по теме. 4. Усвоение текущего материала. 5. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств Microsoft Office. /Ср/ 	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.9	<p>Тема 2.2 «Основы инжиниринга банковских продуктов»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение каналов доставки банковского продукта выбранного банка. 2. Поиск резервов для оптимизации характеристик отдельного банковского продукта данного банка. 3. Решение задач по теме. 4. Усвоение текущего материала. 5. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств Microsoft Office. /Ср/ 	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8

2.10	Тема 2.3 «Управление кредитными продуктами» 1. Формализованные системы оценки кредитоспособности заемщика. Кредитный скоринг. 2. Экспертные методы оценки кредитоспособности заемщика. 3. Проблемы автоматизации принятия решений при выдаче кредитов. /Ср/	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.11	Тема 2.4 «Обслуживание банками состоятельных клиентов» 1. Построение взаимоотношений с V.I.P. – клиентами. 2. Проблемы и перспективы развития private banking в России 3. Продукты российских банков для состоятельных клиентов (самостоятельное исследование). 4. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств LibreOffice . /Ср/	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.12	Тема 2.5 «Имидж и бренд коммерческого банка» 1. Имидж банка как фактор его конкурентоспособности. Составляющие имиджа. 2. Понятие брендинга и его концепции. Методы оценки стоимости бренда. 3. Этапы повышение стоимости торговой марки банка. 4. Банковские бренды в рамках рейтингов. 5. Работа над докладом на итоговую конференцию с использованием средств LibreOffice /Ср/	3	6	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8
2.13	/Зачёт/	3	0	ПК-2 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Русанов Ю. Ю.	Банковский менеджмент: учеб.	М.: Магистр, 2015	20
Л1.2	Зотова Л. А., Владимиров В. В., Горбунова А. В., Садыкова Л. М., Донецкова О. Ю.	Планирование и продажи банковских и страховых продуктов: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439235 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Пфау Е. В.	Технологии розничного банка	Москва: ЦИПСИ, 2016	http://www.iprbookshop.ru/50915.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мазняк В. М.	Управление банковским продуктом: учеб.- метод. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2009	10
Л2.2	Варламова С. Б., Лаврушин О. И.	Банковские операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями: учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалт. учет, анализ и аудит"	М.: КНОРУС, 2010	30

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.3	Шмонин А. В., Эриашвили Н. Д.	Банковские технологии и преступность: монография	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114389 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Жуков Е. Ф., Эриашвили Н. Д., Литвиненко Л. Т., Маркова О. М., Мартыненко Н. Н., Жуков Е. Ф., Эриашвили Н. Д.	Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116707 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2016	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Секерин, В. Д., Лебедев, А. Л., Семикова, О. Р., Горохова, А. Е.	Коммерциализация инноваций на рынке банковских услуг: монография	Москва: Научный консультант, 2017	http://www.iprbookshop.ru/75114.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7		Финансы и кредит: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499490 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8		Финансовые исследования	, 2000	http://www.iprbookshop.ru/62035.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

База данных СПАРК ИНТЕРФАКС <http://www.spark-interfax.ru/system/#/dnb>

Базы данных Центрального банка РФ https://www.cbr.ru/hd_base/

Базы данных Федеральной службы государственной статистики <https://www.gks.ru/databases>

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-2 - Способен организовывать управление процессом кредитования корпоративных клиентов, оценивать состояние портфеля кредитов, предоставленных корпоративным клиентам			
<i>Знания:</i> этапы кредитного процесса, виды кредитных продуктов для корпоративных клиентов, факторы, влияющие на стоимость и доходность кредитования предприятий	решение тестовых заданий ответы в ходе промежуточной аттестации	верность решения тестовых заданий полнота и содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	Т (20) ВЗ (11, 22)
<i>Умения:</i> проведение сегментации корпоративных клиентов, анализ данных о динамике клиентской базы, бенчмаркинг банковских продуктов на рынке корпоративного кредитования, разработка кредитных продуктов для корпоративных клиентов	написание и защита доклада решение тестовых заданий решение ситуационных заданий решение расчетных заданий	актуальность использованных источников данных, соответствие содержания доклада проблеме исследования, системность и достоверность анализа, соответствие доклада установленным требованиям верность решения тестовых заданий верное решение ситуационных задач, соответствующее нормативно-правовой базе, обоснованное логически решение задач в соответствии с материалами учебной литературы и	Д (2) Т(11, 12, 17) СЗ (5) РЗ (1, 3-5)

	<p>участие в деловой игре</p> <p>ответы в ходе промежуточной аттестации</p>	<p>лекционного курса, соответствующее нормативно-правовой базе и сопровождаемое кратким выводом</p> <p>правильность определения целевого клиентского сегмента, соответствие ему предлагаемых методов стимулирования сбыта и каналов рекламы</p> <p>полнота и содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет</p>	<p>ДИ (2)</p> <p>ВЗ (5, 10, 19, 26, 28, 32, 34)</p>
<p><i>Навыки:</i> разработки предложений в сфере кредитования корпоративных заемщиков, их оформления и презентации для коллегиальных органов банка</p>	<p>решение ситуационных заданий</p> <p>написание и защита доклада</p> <p>ответы в ходе промежуточной аттестации</p>	<p>верное решение ситуационных задач, соответствующее нормативно-правовой базе, экономически обоснованное</p> <p>актуальность использованных источников данных, соответствие содержания доклада проблеме исследования, системность и достоверность анализа, соответствие доклада установленным требованиям</p> <p>полнота и содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет</p>	<p>СЗ (5)</p> <p>Д (9)</p> <p>ВЗ (14, 16, 18, 35, 38)</p>

ПК-6 - Способен консультировать корпоративных клиентов по широкому спектру финансовых продуктов и услуг, составлению финансового плана и формированию инвестиционного портфеля

<p><i>Знания:</i> банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов, методики и инструментарий финансового планирования банка и предприятия</p>	<p>решение тестовых заданий</p> <p>написание и защита доклада</p> <p>ответы в ходе промежуточной аттестации</p>	<p>верность решения тестовых заданий</p> <p>актуальность использованных источников данных, соответствие содержания доклада проблеме исследования, системность и достоверность анализа, соответствие доклада установленным требованиям</p> <p>полнота и содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет</p>	<p>Т (1-5)</p> <p>Д (1, 4)</p> <p>ВЗ (2, 4, 9, 17, 36, 37)</p>
<p><i>Умения:</i> анализ ситуации и тенденций на финансовом рынке, включая рынок ценных бумаг, консультирование корпоративных клиентов по банковским продуктам</p>	<p>решение тестовых заданий</p> <p>написание и защита доклада</p> <p>участие в деловой игре</p> <p>решение ситуационных заданий</p>	<p>верность решения тестовых заданий</p> <p>актуальность использованных источников данных, соответствие содержания доклада проблеме исследования, системность и достоверность анализа, соответствие доклада установленным требованиям</p> <p>правильность выделения критериев для сравнения продуктов и отличий предлагаемого продукта от существующих в банке</p> <p>верное решение ситуационных задач, соответствующее нормативно-правовой базе,</p>	<p>Т (6, 7, 10, 13, 18)</p> <p>Д (3, 5)</p> <p>ДИ (1)</p> <p>СЗ (3, 4)</p>

	ответы в ходе промежуточной аттестации	обоснованное логически полнота и содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ (3, 7, 13, 23, 24, 27, 39)
<p><i>Навыки:</i> учета текущей финансовой ситуации и ее прогнозирования на будущее при оценке предложений, направленных на решение финансовых задач корпоративного клиента; навыки рационального подбора и оптимизации финансовых продуктов в соответствии с потребностями клиента, навыки расчета стоимости финансовых решений с оценкой потенциальных рисков; навыки планирования мероприятий, направленных на повышение качества банковских продуктов и услуг для предприятий</p>	решение тестовых заданий	верность решения тестовых заданий	Т (8, 9, 14, 15, 16, 19)
	решение ситуационных заданий	верное решение ситуационных задач, соответствующее нормативно-правовой базе, экономически обоснованное	СЗ (1, 2)
	написание и защита доклада	актуальность использованных источников данных, соответствие содержания доклада проблеме исследования, системность и достоверность анализа, соответствие доклада установленным требованиям	Д (6, 7, 8, 10, 11, 12)
	решение расчетных заданий	решение задач в соответствии с материалами учебной литературы и лекционного курса, соответствующее нормативно-правовой базе и сопровождаемое кратким выводом	РЗ (2)
	участие в деловой игре	правильность планирования мероприятий, направленных на привлечение клиентов и повышение качества банковского обслуживания полнота и	ДИ (3, 4)

	ответы в ходе промежуточной аттестации	содержательность ответа соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ (1, 6, 8, 12, 15, 20, 21, 25, 29, 30, 31, 33, 40)
--	--	--	--

Д – доклад, РЗ – расчетные задания, ДИ – деловая игра, Т – тесты, СЗ – ситуационные задания, ВЗ – вопросы к зачету

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

по дисциплине «Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий»

(наименование дисциплины)

1. Private banking как новая форма обслуживания частных клиентов.
2. Банковские продукты с фиксированным и плавающим доходом.
3. Банковские рейтинги, их содержание и значение.
4. Банковские услуги: экономическое содержание и классификации.
5. Бенмаркинг банковских продуктов.
6. Влияние налогообложения на привлекательность банковских продуктов.
7. Имидж банка: значение, методы оценки и составляющие.
8. Качество банковского продукта, его оценка.
9. Качество услуги, удовлетворенность и лояльность потребителя: содержание и соотношение понятий.
10. Клиенты банка, их виды. Построение взаимоотношений между банком и клиентом.
11. Кредитные деривативы: понятие, значение, виды.
12. Ликвидность активов банка: понятие и способы измерения. Фактор ликвидности при управлении банковскими продуктами.
13. Макро- и микроэкономические модели работы банка.
14. Методы оценки величины денежных потоков, генерируемых банковскими продуктами. Учет фактора времени и интересов потребителей.
15. Методы оценки и управления рисками банковских продуктов.
16. Методы продвижения банковских продуктов.
17. Методы стимулирования продаж банковских продуктов.

18. Методы ценообразования на банковские продукты.
19. Определение целевого сегмента и каналов доставки банковского продукта.
20. Оптимизация основных характеристик банковских продуктов. Иммунизация фиксированных денежных потоков. Хеджирование.
21. Опыт и проблемы применения стандартов ИСО 9000 в деятельности банков.
22. Организация обслуживания V.I.P.-клиентов банка.
23. Оценка стоимости банковского брэнда. Влияние брэнда на результаты деятельности банка.
24. Оценка эффективности банковских продуктов.
25. Понятие и инструменты финансового инжиниринга в коммерческом банке.
26. Понятие устойчивого партнерства банка с клиентом: условия существования, виды, преимущества.
27. Потребители банковского продукта и их интересы. Общество как потребитель безналичных платежных средств.
28. Признаки сегментации и типологизации клиентов банка.
29. Проблемы повышения конкурентоспособности банковских продуктов.
30. Продуктовые риски: сущность, значение и виды.
31. Развитие CRM-систем и баз данных, ориентированных на клиента, в коммерческих банках.
32. Развитие методов оценки кредитного риска в коммерческом банке. Разработка систем оценки кредитного риска.
33. Реинжиниринг бизнес-процессов в коммерческом банке в целях повышения качества банковских продуктов.
34. Секьюритизация банковских активов: понятие, виды и выгоды для банка.
35. Скоринговые модели принятия решения при кредитовании.
36. Содержание продуктового подхода в деятельности банка и его преимущества.
37. Сущностные особенности банковских услуг.
38. Традиционные и электронные каналы доставки банковских продуктов.
39. Формы монополизации рынка банковских продуктов.
40. Этапы создания банковского брэнда, его позиционирование.

К комплекту экзаменационных билетов прилагаются разработанные преподавателем и утвержденные на заседании кафедры критерии оценивания по дисциплине.

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Тесты письменные и/или компьютерные*

по дисциплине **Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий**
(наименование дисциплины)

1. Банковский продукт – это...

- операции банка, предусмотренные ст. 5 Закона "О банках и банковской деятельности",
 - внутрибанковский процесс, связанный с достижением оптимального сочетания риска и дохода,
 - договор между банком и клиентом,
 - особый взгляд на операции и услуги банка, рассматривающий их как единое целое.
2. К чистым услугам банка относятся:
- кредитование,
 - расчетно-кассовое обслуживание,
 - консультирование.
3. К материальным услугам могут быть отнесены:
- депозитные,
 - сейфовые,
 - депозитарные услуги.
4. Услугу от товара отличают:
- неосвязаемость,
 - протяженность во времени,
 - неотделимость,
 - регламентированность,
 - непостоянство качества,
 - несохраняемость.
5. Гомогенность применительно к банковскому продукту означает...
6. Банковский продукт имеет...
- одного потребителя,
 - двух потребителей,
 - трех потребителей.
7. Ценой чистого банковского продукта является:
- ссудный процент,
 - комиссия,
 - себестоимость.
8. Основными методами ценообразования для мелких и средних банков являются:
- методы ценообразования на основе анализа затрат,
 - рыночные методы ценообразования,
 - параметрические методы ценообразования.
9. К принципам управления качеством, заложенным в ИСО 9000, следует отнести:
- Ориентацию на потребителя.
 - Непрерывное снижение себестоимости.
 - Управление качеством на базе процессов.
 - Управление качеством на базе операций.
 - Постоянное улучшение деятельности.
 - Вовлечение работников в процессы управления качеством.
 - Отнесение вопросов управления качеством к исключительной компетенции специальной службы.
10. Имидж банка – это...
- его торговая марка,
 - брэнд,
 - образ банка в глазах клиента.
11. Устойчивое партнерство банка с клиентом предполагает...
- сотрудничество на постоянной, регулярной основе,
 - взаимное участие в уставном капитале друг друга,
 - участие банка в уставном капитале клиента,
 - значимость сотрудничества,
 - единство интересов партнеров.
12. Главным мотивом устойчивого партнерства банка с клиентом является...
- снижение транзакционных издержек,
 - получение инсайдерской информации,
 - получение контроля над клиентом.
13. Какой вид лояльности легче измеряется?
- поведенческой,
 - воспринимаемой,

- сервисной.
14. CRM – это...
- особая концепция управления,
 - класс компьютерных программ,
 - методика сбора информации о потребителе.
15. Какое из следующих утверждений является наиболее верным?
- Денежные потоки, генерируемые банковскими продуктами, одинаковы для банка и клиента.
 - Денежные потоки, генерируемые банковскими продуктами, у банка и клиента отличаются знаками.
 - Денежные потоки, генерируемые банковскими продуктами, могут быть различны для банка и клиента.
16. С каким из следующих утверждений вы согласны?
- Если риск одного из участников сделки уменьшается, то у другого он увеличивается.
 - Если риск одного из участников сделки уменьшается, то у другого он не меняется.
 - Если риск одного из участников сделки уменьшается, то возможна ситуация, когда он уменьшится и у другого.
17. Что такое бенчмаркинг в банке?
- Это инструмент выбора рыночного сегмента банком.
 - Это научный подход к сравнительному анализу эффективности работы одного банка с показателями других.
 - Это научный подход к сравнительному анализу эффективности работы одной компании с показателями других.
 - Это механизм управления взаимоотношениями с клиентами.
18. Выберите 2 наиболее приемлемых метода для управления неопределенными денежными потоками.
- хеджирование,
 - иммунизация,
 - диверсификация.
19. Наиболее точным определением финансового инжиниринга является:
- Финансовый инжиниринг – это применение финансовых инструментов для преобразования существующей финансовой ситуации в другую, обладающую более желательными свойствами.
 - Финансовый инжиниринг – это проектирование, разработка и реализация инновационных финансовых инструментов и процессов, а так же творческий поиск новых подходов к решению проблем в области финансов.
 - Финансовый инжиниринг – это инструмент управления риском путем создания новых финансовых продуктов.
20. Соглашение, по которому выплата осуществляется в случае дефолта (в т.ч. "ожидаемого") или понижения рейтинга заемщика, называется...
- деривативом,
 - свопом на случай дефолта,
 - свопом на полный доход.

Ключи к тестам:

1 - 4; 2 - 3; 3 - 1; 4 - 1, 5, 6; 5 - однородность; 6 - 3; 7 - 2; 8 - 2; 9 - 1, 3, 5, 6; 10 - 3; 11 - 1, 4; 12 - 1; 13 - 1; 14 - 1; 15 - 3; 16 - 3; 17 - 2, 3; 18 - 1, 2; 19 - 2; 20 - 2.

Критерии оценивания:

Максимум 30 баллов.

- 25-30 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 84-100% заданий теста;
- 20-24 баллов, если обучающийся ответил правильно на 67-83 % заданий;
- 15-19 баллов, если обучающийся ответил правильно на 50-66% заданий;
- 0-14 баллов, если обучающийся ответил правильно на 0-49% заданий

Темы докладов

по дисциплине «Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий»

(наименование дисциплины)

1. Экономическая сущность коммерческого банка, особенности его деятельности.
2. Устойчивое партнерство банка и клиента: способы формирования и поддержания.
3. Особенности маркетинга предприятий сферы услуг.
4. Розничные продукты коммерческого банка: экономическое содержание, потребители, виды.
5. Банковский мультипликатор и безналичная эмиссия. Условия поддержания стабильности денежной системы.
6. Проблемы развития интернет-банкинга в России.
7. Системы дистанционного банковского обслуживания, их виды, преимущества и недостатки.
8. Методы моделирования обслуживания клиентов банка.
9. Механизм внутриванковского ценообразования.
10. Банковская монополия и цена на банковские продукты.
11. Опыт применения стандартов ИСО 9000 в коммерческих банках.
12. Инструменты и методы контроля качества работы коммерческих банков.

Критерии оценивания:

Максимум 10 баллов

-10 баллов выставляется обучающемуся, если изложенный материал фактически верен, выявлено наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме изученной темы, грамотное и логически стройное изложение материала, даны подробные ответы на вопросы докладчику. Работа имеет законченный, самостоятельный характер. Оформление соответствует требованиям.

- 8 баллов выставляется обучающемуся, если изложенный материал фактически верен, выявлено наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме изученной темы, грамотное и логически стройное изложение материала, даны ответы на вопросы докладчику. Работа имеет законченный, самостоятельный характер. Оформление соответствует требованиям.

- 6 баллов выставляется обучающемуся, если материал изложен верно, но недостаточно полно, имеются недостатки в логике и последовательности изложения материала, даны ответы не на все вопросы докладчику, имеются недочеты в оформлении

0 баллов выставляется обучающемуся, если материал слабо связан с темой, при наличии грубых ошибок, непонимания сущности излагаемого вопроса, неуверенности и неточности ответов. Работа имеет незаконченный, несамостоятельный характер, присутствует плагиат

Деловая игра

по дисциплине Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий

(наименование дисциплины)

1 Тема (проблема, ситуация)

«Разработка нового банковского продукта»

2 Концепция игры

В коммерческом банке создано 3 рабочих группы, которые должны предложить совету директоров новые для данного банка продукты, ориентированные на заданную клиентскую аудиторию. Из-за ограниченности финансовых ресурсов коммерческий банк способен реализовать только одно предложение. Обсуждение предложений на совете директоров банка открытое с участием членов рабочих групп.

Преподаватель определяет коммерческий банк, для которого создается концепция продукта и целевую аудиторию для каждой рабочей группы.

Каждая группа должна выполнить следующие задачи:

1. Определить отличия данного продукта от существующих в данном банке,
2. Определить ключевые преимущества данного продукта для основных категорий его потребителей,
3. Обосновать приоритетные каналы и методы стимулирования сбыта,
4. Выбрать каналы рекламы продукта и предложить рекламный слоган для него.

Критерии оценивания:

Максимум 20 баллов

20 баллов - выставляется обучающемуся, если студент в полной мере владеет материалом, принял активное участие в работе, группа, в которой он участвовал, полностью достигла целей деловой игры

16 баллов - выставляется обучающемуся, если студент в целом освоил материал, принял активное участие в работе, допустил несущественные ошибки, группа, в которой он участвовал, достигла целей деловой игры

12 баллов - выставляется обучающемуся, если студент в целом освоил материал, принял участие в работе, имелись недочеты, исправленные после их указания, группа, в которой участвовал студент, в основном достигла целей деловой игры

0 баллов – выставляется обучающемуся, если группа, в которой участвовал студент, не достигла целей деловой игры, или не принимавшему участия в работе

Ситуационные задания

по дисциплине Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий

Задания:

Задание 1

В операционное окно № 1 стоит 8 человек, № 2 – 3 человек. 2-е окно закрывается на перерыв на 10 минут позже расписания. Трое клиентов 2-го окна обслуживания не получили и вынуждены стать в конец очереди 1-го окна. Один из клиентов 2-го окна делает запись в жалобной книге следующего содержания: «При большом скоплении людей (около 12 человек) закрылось на перерыв, не обслужив очередных, 2-ое окно. В результате, простояв в общей сложности более часа, троим клиентам вашего банка пришлось перейти в очередь к первому окну и потратить еще около 50 минут на оплату коммунальных платежей. Прошу разобраться и наказать виновных сотрудников».

Из объяснения операционного работника 2-го окна: «По приему платежей 6 апреля 2009 г. работало два окна, в 12-00 пришел клиент аннулировать платежные документы переданные банку в этот же день ранее.

В автоматизированной системе сторнирование производит администратор через машину, в которую был введен платежный документ. Как правило, эта операция занимает существенное времени. В данном случае она заняла 40 минут. При сторнировании машина блокируется, и обслуживать других клиентов не дает. Аннулировав платежи и вернув клиенту деньги, операционист продолжил свою работу по обслуживанию клиентов, но до начала перерыва не успел обслужить троих клиентов».

Необходимо выработать рекомендации по предотвращению подобных ситуаций в будущем. Для этого ответьте на вопросы:

- Как клиент видит ситуацию в банке?
- Что возмутило клиента?
- Каковы основные ошибки, допущенные работниками банка в данной ситуации?

Задание 2

Около 13-00 в банк приходит VIP-клиент с большим количеством платежных поручений на списание средств с расчетного счета. Сумма списания достаточно высокая – около 5 млн. рублей. Обычно от таких клиентов корпоративный отдел имеет информацию о том, когда будет производиться списание больших сумм, когда ожидаются следующие поступления. Но с этим клиентом такого контакта нет. Он не предупреждает о своих действиях.

Итак, клиент предъявляет операционному работнику платежные поручения на сумму 5 млн. руб. Работник в замешательстве: а как же с корсчетом, есть ли средства у банка, сумеют ли закупить такую сумму, если это происходит около 13 часов дня?

Рассмотрите данный случай ситуативно, в момент прихода клиента, и составьте план действий и разговора с клиентом. Рассмотрите эту ситуацию с учетом будущих взаимоотношений с клиентом.

Задание 3

В банк приходит главный бухгалтер ООО "Вентекс". После проверки налоговой инспекции с расчетного счета данной организации должна быть списана значительная сумма в уплату штрафа. Руководство организации несогласно с этими штрафными санкциями и хотело бы их приостановить.

Порекомендуйте свой вариант действий работнику отдела обслуживания юридических лиц.

Задание 4

К вам обращается заместитель главного бухгалтера ООО "Конди". Банк исполнял перевод общества в пользу предприятия-экспортера. Представители фирмы - экспортера "Санио" сообщили, что деньги на их счет не поступили.

Заместитель главного бухгалтера обращается за разъяснениями к сотруднику отдела обслуживания юридических лиц, предполагая, что работники банка неправильно написали название фирмы: не "Санио", а "Саньо".

Необходимо рекомендовать последовательность действий сотруднику отдела обслуживания юридических лиц.

Задание 5

К вам обратился клиент ЗАО «Вектор», имеющий многолетнюю положительную кредитную историю в банке, с просьбой о выдаче кредита в сумме 10 млн. руб. Данный клиент в настоящее время имеет срочную задолженность в сумме 25 млн. руб. по 2 кредитам и неиспользованный остаток лимита кредитной линии в сумме 5 млн. руб. Согласно расчетов банка лимит кредитования данного клиента с учетом всех факторов кредитоспособности составляет 30 млн. руб.

Необходимо принять решение о целесообразности кредитования ЗАО «Вектор» и довести его до клиента.

Ключи к ситуационным заданиям:

1:

Как клиент видит ситуацию в банке? Студент должен выразить в своем ответе любыми словами непонимание клиентом проблем банка.

Что возмутило клиента? Студент должен отразить недовольство клиента тем, что банк проигнорировал (не попытался решить) проблемы клиента.

Каковы основные ошибки, допущенные работниками банка в данной ситуации? 1) работники не предупредили клиентов о начале сторнирования проводки (не закрыл окно №2 для обслуживания

клиентов), 2) консультант не решил проблемы не обслуженных клиентов окна № 2 (например, переводом в окно № 1 и обслуживанием через одного с клиентами этого окна).

Рекомендации (пример): проводить сторнирование вне операционного зала, провести тренинг с консультантами направленный на решение проблем клиентов в условиях форс-мажора, оптимизировать программное обеспечение.

2:

Верный ответ студента должен:

1) содержать сценарии поведения сотрудника банка в зависимости от состояния корреспондентского счета,

2) быть направлен на удержание клиента банка (независимо от состояния корреспондентского счета),

3) решать задачу предотвращения рассматриваемого поведения клиента в будущем.

3:

Верный ответ студента должен:

1) отражать неспособность банка воспрепятствовать списанию средств клиента по решению налоговой службы,

2) включать рекомендации банка клиенту по возврату несправедливо списываемой суммы.

4:

Верный ответ студента должен включать следующую (или аналогичную ей) последовательность действий: 1) проверка на наличие ошибки банка, 2) рекомендации по исправлению ошибки (сценарии на случай ошибки разных сторон).

5:

Верный ответ студента должен исходить из:

1) невозможности немедленной выдачи кредита на сумму 10 млн. рублей,

2) нецелесообразности прямого отказа клиенту с давней кредитной историей в нашем банке,

3) необходимости предложения клиенту альтернативных условий кредитования.

Критерии оценивания:

Максимум 20 баллов

- 20 баллов выставляется обучающемуся, если, ситуация решена верно и полностью, в соответствии с нормативно-правовой базой деятельности банка в РФ; в логических рассуждениях и обосновании решения нет пробелов и ошибок; в решении нет математических ошибок (возможна одна неточность, описка, не являющаяся следствием незнания или непонимания учебного материала).
- 16 баллов выставляется обучающемуся, если ситуация решена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны, допущена одна ошибка или два-три недочета в решениях; выполнено без недочетов не менее 3/4 заданий.
- 12 баллов выставляется обучающемуся, если допущены более одной ошибки или более трех недочетов в расчетах, но обучающийся владеет обязательными умениями по проверяемой теме; без недочетов выполнено не менее половины работы.
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не владеет обязательными умениями по данной теме; правильно выполнено менее половины работы.

Комплект расчетных заданий

по дисциплине Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для
предприятий (наименование дисциплины)

Задача 1. Реальная процентная ставка, которую коммерческий банк хочет получить по кредиту составляет 15% годовых, темпы инфляции – 8% годовых. Определить номинальную процентную ставку.

Задача 2. Номинальная ставка процента по депозиту предприятия составляет 10% годовых, ожидаемая годовая норма инфляции – 9% годовых. Определить реальную ставку процента по депозиту.

Задача 3. Банк установил процентную ставку по депозиту в размере 6% годовых. Норма обязательных резервов, депонируемых в Банке России, составляет 4%. Определить стоимость кредитных ресурсов.

Задача 4. Коммерческий банк желает получать процент по кредитам в размере 12% годовых, что позволит ему покрыть стоимость кредитных ресурсов и обеспечить достаточную норму прибыли. Однако в кредитном портфеле имеются проблемные кредиты, доля которых составляет 10%. Какова должна быть средняя ставка процента по кредитам, чтобы компенсировать потенциальные убытки?

Задача 5. Существует два варианта выдачи потребительского кредита. Выдача в обоих случаях идет единовременно. Но в первом случае погашение производится ежемесячно по аннуитетной схеме при ставке процентов 11% годовых, во втором случае – кредит погашается в конце срока при ежемесячной уплате процентов по той же ставке. Определить какие условия (первые или вторые) будут более выгодными банку.

Ключи к комплекту расчетных заданий:

1: $15 \cdot 0,08 + 8 + 15 = 24,2\%$; 2: $(10-9)/(1+0,09) \approx 0,917\%$; 3: $6/(1-0,04) = 6,25\%$; 4:

$12 + (100+12) \cdot 0,1 / (1-0,1) \approx 12,4\%$; 5: первые, так как при равной эффективности сделки дюрация долга меньше при аннуитетной схеме, расчеты для обоснования вывода не требуются, но могут быть представлены по желанию студента.

Критерии оценивания:

Максимум 20 баллов.

20 баллов – выставляется обучающемуся, если все задания решены верно, выводы обоснованы;

16 баллов - выставляется обучающемуся, если есть несущественные ошибки, но в целом задания решены верно, вывод в достаточной степени обоснован;

12 баллов – выставляется обучающемуся, если задания решены с ошибками, исправленными после дополнительных вопросов, вывод недостаточно полон

0 баллов – выставляется обучающемуся, если задания не решены

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации. Зачет проводится в устной форме. В контрольном задании – 2 вопроса. Минимальное время, отводимое на подготовку к ответу, составляет 20 минут. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление конкурентоспособностью банковских продуктов для предприятий»

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются основные вопросы управления банковскими продуктами для предприятий с точки зрения их конкурентоспособности, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки аналитической работы, принятия управленческих решений.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников.

Студент должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические рекомендации по подготовке к деловой игре.

1 Тема (проблема, ситуация)

«Разработка нового банковского продукта»

2 Концепция игры

В коммерческом банке создано 3 рабочих группы, которые должны предложить совету директоров новые для данного банка продукты, ориентированные на заданную клиентскую аудиторию. Из-за ограниченности финансовых ресурсов коммерческий банк

способен реализовать только одно предложение. Обсуждение предложений на совете директоров банка открытое с участием членов рабочих групп.

.....
.....
3 Роли:

- участник первой рабочей группы;
- участник второй рабочей группы;
- участник третьей рабочей группы;

4 Ожидаемый(е) результат (ы)

Новые продукт для конкретного банка, направленный на решение задач заданной клиентской группы.

5 Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению

Преподаватель определяет коммерческий банк, для которого создается концепция продукта и целевую аудиторию для каждой рабочей группы.

Каждая группа должна выполнить следующие задачи:

5. Определить отличия данного продукта от существующих в данном банке,
6. Определить ключевые преимущества данного продукта для основных категорий его потребителей,
7. Обосновать приоритетные каналы и методы стимулирования сбыта,
8. Выбрать каналы рекламы продукта и предложить рекламный слоган для него.

Методические рекомендации по написанию докладов, требования к оформлению.

Тема доклада может быть сформулирована студентом самостоятельно при условии согласования ее с преподавателем. В случае если доклад заслушан на занятии, то он письменно не оформляется, иначе его оформляют в соответствии с требованиями Кафедры к письменным работам. При этом лист содержания и разбивка на части необязательны. Список литературы должен присутствовать. Объем работы до 10 страниц.

Методические указания по выполнению ситуационных заданий с элементами ролевой игры.

Ситуационные задания выполняются на практических занятиях. Преподаватель распределяет роли в задании между студентами. Задача студентов, получивших роль, максимально точно воссоздать ситуацию. Другие студенты должны выделить проблемные аспекты ситуации и предложить возможные способы ее разрешения. Оценки получают студенты, участвующие в воссоздании ситуации и ее анализе.

Методические указания по выполнению расчетных заданий.

При выполнении данного вида заданий следует помнить, что ответ на поставленную задачу должен быть подтвержден расчетом. Приветствуется выполнение расчетов несколькими способами, если расчет выполняется одним из возможных способов, то должна быть обоснована его рациональность.