

Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ ДЛЯ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ»

Направление подготовки
43.03.01 Сервис
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика предприятий сервиса

Форма обучения
Заочная
4,5 года

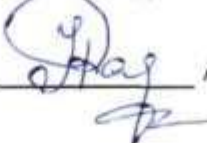
Гатчина
2017

Рабочая программа по дисциплине «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) подготовки – Экономика предприятий сервиса

Уровень бакалавриата

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: д.э.н., профессор кафедры финансов и кредита

 /Радковская Надежда Петровна

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры финансов и кредита «26» августа 20 17 г. Протокол № 1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой  / Кроливецкая В.Э.

Руководитель ОП  / Селиванова Л.А.

Содержание

1. Пояснительная записка.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	7
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	9
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	10
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	13
7.3. 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.....	17
7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	21
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	24
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	24
Ошибка! Закладка не определена.	

1. Пояснительная записка

Курс «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис», профиль – Экономика предприятий сервиса.

В рамках данной дисциплины изучаются актуальные вопросы создания и реализации современной модели организации банковского бизнеса, основанной на исследовании потребностей рынка и экономической целесообразности предлагаемых банковских продуктов физическим и юридическим лицам (в том числе предприятиям сервиса) с учетом их конкурентоспособности и эффективности продажи. Рассматриваются методические основы формирования и реализации продуктовой и маркетинговой стратегии коммерческого банка, отвечающей требованиям нового мирового технологического уклада, основным глобальным трендом которого является: создание продуктов и услуг (в том числе банковских), ориентированных на конечного потребителя, определяющего их конкретные индивидуальные характеристики и свойства на стадии формирования заказа. Изучаются практические вопросы успеха продвижения банковских продуктов на рынке.

Целью освоения дисциплины «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» является получение студентами необходимого системного представления о современной модели организации банковского бизнеса, основанной на конкурентных преимуществах банковских продуктов и механизме их успешного продвижения на рынке.

Задачи дисциплины:

- изучение основных закономерностей и тенденций развития современной банковской конкуренции;
- анализ рынка банковских продуктов и услуг;
- изучение основных концепций, отражающие специфику создания банковских продуктов и услуг;
- освоение практических навыков проектирования (модернизации) банковских продуктов, в том числе для предприятий сервиса;
- анализ основных методов и инструментов, применяемых банками в процессе продвижения продуктов и услуг на рынке;
- рассмотрение современных моделей взаимоотношений кредитных организаций с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг;
- исследование современных маркетинговых концепций, используемых на рынке банковских продуктов и услуг;
- освоение методов стратегического маркетингового планирования в коммерческом банке;
- изучение процесса формирования и реализации продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики коммерческого банка;
- освоение инновационных маркетинговых технологий, используемых в банковской сфере.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» участвует в формировании следующей компетенции:

<p>ДПК-3 – Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и конкурентной среды отрасли, в том числе для формирования клиентских отношений в сфере банковских и страховых услуг</p>	<p>Знать: содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; современной модели взаимоотношений с клиентами -потребителями банковских продуктов и услуг; основные формы банковской конкуренции в борьбе за клиентов; модели кооперации с другими участниками финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка.</p> <p>Уметь: организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов; формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов; эффективно использовать существующие и создавать новые каналы продвижения банковских продуктов; формировать программы повышения лояльности клиентов; оценивать эффективность используемых методов взаимоотношений с клиентами банка.</p> <p>Владеть: методами создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка;</p>
---	---

	<p>способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке;</p> <p>инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов;</p> <p>подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбытовой сети банка;</p> <p>навыками использования современных методов и технологий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности;</p> <p>технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка.</p>
--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.07 «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» является дисциплиной вариативной части учебного плана для подготовки студентов по направлению 43.03.01 Сервис, профиль – Экономика предприятий сервиса

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ДПК-3	<p>Финансы, кредит и денежное обращение</p> <p>Инвестиционная деятельность предприятия</p> <p>Управление конкурентоспособностью предприятия сервиса*/ Конкуренция и конкурентоспособность*</p>	<p>Услуги страховых компаний*</p> <p>Финансовое планирование и бюджетирование/ Финансовая политика</p> <p>Производственная практика(Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).</p> <p>Производственная практика (Преддипломная практика)</p>

*дисциплины читаются параллельно с изучаемой дисциплиной

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» составляет 4 зачетных единицы или 144 академических часа.

Курс		4
Общая трудоемкость (всего ак. часов / з.ед)		144/4
Контактная работа	Лекции	6
	Практические занятия	6
	Лабораторные занятия	нет
Самостоятельная работа		129
Контрольная работа		1
Вид промежуточной аттестации (конт. раб/сам.раб)	Экзамен	2

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисцип- лины (тема)	Трудоемкость					Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	лабор. занятия	самост. работа	
4 курс							
1.	Содержание и особенности бан- ковских услуг и продуктов для предприятий сер-	24	1	1	-	22	Особенности предоставления банковских услуг для пред- приятий сервиса: основные виды и способы предостав- ления. Интегрированные

	виса						финансовые продукты и совмещенные продажи – новое направление в продуктовой политике коммерческих банков. Формирование имиджа банковского продукта и воздействие на него различных факторов: имиджа банка, качества продукта и его рейтинга
2.	Процесс создания (проектирования) банковского продукта или услуги	22	1	1	-	20	Процесс создания банковского продукта: обоснование проекта, участники проекта и их взаимодействие. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
3	Рынок банковских услуг и продуктов и его сегментация	24	1	1	-	22	Понятие рынка банковских услуг и продуктов и его особенности. Сегментация рынка банковских услуг и продуктов: принципы и подходы.
4	Разработка стратегии продвижения банковских продуктов на рынке	24	1	1	-	22	Основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке: зарубежный и отечественный опыт. Маркетинговая стратегия: виды и место в общей стратегии развития банка. Выбор маркетинговой стратегии.
5	Формирование современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг	23	1	1	-	21	Принципы взаимоотношений банка с клиентами. Основные формы взаимоотношений банка и его клиентов – предприятий сервиса. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий.
6	Новые методы и	24	1	1	-	22	Модели кооперации в сбыте

	модели организации продвижения банковских продуктов на рынке как способ удержания конкурентных позиций банка					банковских продуктов: предпосылки и экономическая целесообразность. Использование инструментов контент – маркетинга для продвижения банковских продуктов: создание интернет – сайтов; интернет реклама и др.
Экзамен	2		2			
Контрольная работа	1		1			
Итого	144	6	9		129	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций»

Самостоятельная работа студентов заочной формы обучения

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. часы	Форма контроля
1.	Проработка теоретического материала по конспектам лекций, рекомендованной литературе, дополнительным источникам информации	42	Консультация преподавателя, устное собеседование
2.	Подготовка к практическим занятиям: поиск необходимой информации, обработка информации	37	Представление информации в обработанном виде
3.	Подготовка и написание контрольной работы по дисциплине	50	Контрольная работа по теме дисциплины

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1 (в редакции от 26.07.2017)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/
2. Агеева Н. А. Основы банковского дела: Учебное пособие / Агеева Н.А. - М.:ИЦРИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 274 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование:Бакалавриат)
<http://znanium.com/catalog.php?item>
3. [Наточеева Н. Н.](#) Банковское дело: Учебник для бакалавров / Под ред. Наточеева Н.Н. - М.: Дашков и К, 2016. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Учебные

издания для бакалавров)<http://znanium.com/catalog.php?item>

4. [Русанов Ю. Ю.](#) Банковский менеджмент: Учебник / Ю.Ю. Русанов, Л.А. Бадалов, В.В. Маганов, О.М. Русанова; Под ред. Ю.Ю. Русанова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 480 с. - (Бакалавриат).<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492732>

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций»

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

Процесс изучения дисциплины «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» направлен на формирование следующих компетенций, отраженных в паспорте формирования компетенций:

ДПК-3. Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и конкурентной среды отрасли, в том числе для формирования клиентских отношений в сфере банковских и страховых услуг

1 этап	2 этап	3 этап
Инвестиционная деятельность предприятия	Банковские продукты и услуги для сервисных организаций	Финансовое планирование и бюджетирование
Финансы, кредит и денежное обращение	Услуги страховых компаний	Финансовая политика
	Управление конкурентоспособностью предприятия сервиса	Производственная практика (Преддипломная практика)
	Конкуренция и конкурентоспособность	
	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	

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

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Оценка «неудовлетворительно» / незачет (0-54 баллов)	Оценка «удовлетворительно» / зачет (55-69 баллов)	Оценка «хорошо» / зачет (70-84 балла)	Оценка «отлично» / зачет (85-100 баллов)
2 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенций	ДПК-3	Знания: – содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; – процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; – основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; – современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг; – основные формы банковской конкуренции в борьбе за	Не знает: – содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; – процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; – современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг; – основные формы банковской конкуренции в борьбе за клиентов; – модели кооперации с другими участниками	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: – содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; – процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; – основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; – современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг; – основные формы банковской конкуренции в борьбе за клиентов; – модели кооперации с	Знает достаточно в базовом объеме: – содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; – процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; – основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; – современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг; – основные формы банковской конку-	Демонстрирует высокий уровень знаний: – содержание и особенности банковских услуг и продуктов для сервисных предприятий; – процесс создания (проектирования) банковского продукта и услуг; – основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке; – современной модели взаимоотношений с клиентами - потребителями банковских продуктов и услуг; – основные формы

		<p>клиентов;</p> <p>– модели кооперации с другими участниками финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка</p>	<p>финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка.</p>	<p>другими участниками финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка.</p>	<p>ренции в борьбе за клиентов;</p> <p>– модели кооперации с другими участниками финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка.</p>	<p>банковской конкуренции в борьбе за клиентов;</p> <p>– модели кооперации с другими участниками финансового рынка при сбыте продуктов и услуг клиентам банка.</p>
		<p>Умения: организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов; формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов; эффективно использовать существующие и создавать новые каналы продвижения банковских продуктов; формировать программы повышения лояльности клиентов; оценивать эффективность используемых методов</p>	<p>Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки:</p> <p>– организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка;</p> <p>– создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов;</p> <p>– формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов; эффективно использовать существующие и создавать новые каналы продвижения банковских продуктов;</p> <p>– формировать програм-</p>	<p>Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок:</p> <p>– организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка;</p> <p>– создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов;</p> <p>– формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов;</p> <p>– эффективно использовать существующие и создавать новые каналы продвижения банковских продук-</p>	<p>Умеет применять знания на практике в базовом объеме:</p> <p>– организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка;</p> <p>– создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов;</p> <p>– формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов;</p> <p>– эффективно использовать существующие и создавать новые каналы про-</p>	<p>Демонстрирует высокий уровень умений:</p> <p>– организовывать процесс создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка;</p> <p>– создавать условия для формирования положительного имиджа банковских продуктов в глазах клиентов;</p> <p>– формировать продуктовую линейку и портфель банковских продуктов и услуг с учетом запросов клиентов;</p> <p>– эффективно использовать существующие и создавать новые каналы продвижения банков-</p>

		взаимоотношений с клиентами банка.	мы повышения лояльности клиентов; –оценивать эффективность используемых методов взаимоотношений с клиентами банка. –Демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки	– формировать программы повышения лояльности клиентов; оценивать эффективность используемых методов взаимоотношений с клиентами банка.	движения банковских продуктов; – формировать программы повышения лояльности клиентов; оценивать эффективность используемых методов взаимоотношений с клиентами банка.	ских продуктов; –формировать программы повышения лояльности клиентов; –оценивать эффективность используемых методов взаимоотношений с клиентами банка.
		Навыки: – создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; – способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке; – инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов; – подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбытовой сети банка; – навыками использования современных методов и техноло-	Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения: –навыками создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; –способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке; –инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов; –подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбытовой сети банка; –навыками использова-	Демонстрирует частичные владения без грубых ошибок: – навыками создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; – способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке; инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов; – подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбытовой сети банка; навыками использования современных методов и техноло-	Владеет базовыми приемами: – создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; – способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке; – инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов; – подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбыто-	Демонстрирует владения на высоком уровне: –навыками создания (проектирования) банковских продуктов и услуг для клиентов банка; –способами продвижения банковских продуктов и услуг на финансовом рынке; – инструментами и методами взаимодействия с потенциальными потребителями банковских услуг и продуктов; – подходами к выбору каналов реализации продуктов и построению сбыто-

		<p>гий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности;</p> <p>– технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка.</p>	<p>ния современных методов и технологий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности</p> <p>– технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка.</p> <p>– Демонстрирует низкий уровень владения, допуская грубые ошибки</p>	<p>гий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности;</p> <p>– технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка.</p>	<p>– навыками использования современных методов и технологий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности;</p> <p>– технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка</p>	<p>вой сети банка</p> <p>– навыками использования современных методов и технологий привлечения и удержания потребителей банковской продукции для формирования клиентской лояльности;</p> <p>– технологиями формирования партнерских отношений с клиентами банка.</p>
--	--	--	---	--	---	--

7.3. 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

Примеры экзаменационных билетов

<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ Кафедра финансов и кредита ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 <u>По дисциплине</u> «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» <u>2017-2018уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Интегрированные и структурные финансовые продукты – новое направление продуктовой политики банка.2. Имидж банковского продукта: формирование и управление. <p><u>Практическое задание:</u></p> <p>Дать сравнительную характеристику основным группам современных инструментов банковского маркетинга.</p> <p><i>Зав.кафедрой Кроливецкая В.Э.</i></p>
<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ Кафедра финансов и кредита ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2 <u>По дисциплине</u> «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» <u>2017-2018уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: формирование и управление.2. Рынок банковских услуг и продуктов: особенности и структура. <p><u>Практическое задание:</u></p> <p>Охарактеризовать основные виды программ лояльности российских банков и обосновать их эффективность</p> <p><i>Зав.кафедрой Кроливецкая В.Э.</i></p>
<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ Кафедра финансов и кредита ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3 <u>По дисциплине</u> «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» <u>2017-2018уч.год</u></p> <p><u>Теоретические вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Формирование стратегии банковского ценообразования.2. Структурирование системы продаж продуктов банка. <p><u>Практическое задание:</u></p> <p>Опишите и систематизируйте основные модели кооперации банков с</p>

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется балльно-рейтинговая система. Под балльно-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, непосредственно коррелирующаяся с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность балльно-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, тестирование.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Основная форма - экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине.

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
<i>Баллы</i>	55-69	70-84	85-100
<i>Оценка</i>	3	4	5

Оценка **5 («отлично», 85-100 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- демонстрируют знание современной учебной и научной литературы;
- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в билете проблематики;
- подтверждают теоретические постулаты примерами из правоприменительной практики.

Оценка **4 («хорошо», 70-84 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают твёрдое знание программного материала;
- усвоили основную и наиболее значимую дополнительную литературу;
- способны применять знание теории к решению задач профессионального характера;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Оценка **3 («удовлетворительно», 55-69 баллов)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- в основном знают программный материал в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии;
- в целом усвоили основную литературу;
- допускают отдельные погрешности в ответе на вопросы.

Оценка **2 («неудовлетворительно», 0-54 балла)** ставится обучающимся, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопросы;
- демонстрируют незнание теории и практики профессиональной деятельности.

Основанием для **недопуска** к экзамену является то, что обучающийся во время семестра не набрал установленного минимума баллов – 55 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) нормативно – правовые акты:

1. [Часть вторая](#) Гражданского кодекса РФ от 26 января 1996 года N 14-ФЗ (в редакции от 28.03.201739-

ФЗ), http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/

- 2.ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 N 86-ФЗ (в редакции от 18.07.2017)http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/
3. ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1 (в редакции от 26.07.2017)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/

б) основная литература:

1. [Казимагомедов А. А.](#) Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций: учебник / А.А. Казимагомедов. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 502 с. + (Высшее образование: Бакалавриат)<http://znanium.com/catalog.php?item>
2. [Стародубцева Е. Б.](#) Банковское дело: Учебник / Е.Б. Стародубцева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 464 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование) <http://znanium.com/catalog.php?item>
3. [Тавасиев А. М.](#) Банковское кредитование: Учебник/Тавасиев А. М., Мазурина Т. Ю., Бычков В. П. - 2 изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 366 с. - (Высшее образование)<http://znanium.com/catalog.php?item>

в) дополнительная литература:

1. Агеева Н. А. Основы банковского дела: Учебное пособие / Агеева Н.А. - М.:ИЦРИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 274 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат)<http://znanium.com/catalog.php?item>
2. Афанасьева О.Н. Банковское дело: современная система кредитования : учебное пособие / О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева. — Москва :КноРус, 2016. — 358 с. — Бакалавриат и Магистратура.
<https://www.book.ru/book/920650>
3. Карминский А. М. Основы банковского дела: Учебное пособие / А.М. Карминский, Н.В. Горелая; Под ред. А.М. Карминского. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
<http://znanium.com/catalog.php?item>
4. Наточеева Н. Н. Банковское дело: Учебник для бакалавров / Под ред. Наточеева Н.Н. - М.:Дашков и К, 2016. - 272 с.: 60х90 1/16. - (Учебные издания для бакалавров)<http://znanium.com/catalog.php?item>
5. [Русанов Ю. Ю.](#) Банковский менеджмент: Учебник / Ю.Ю. Русанов, Л.А. Бадалов, В.В. Маганов, О.М. Русанова; Под ред. Ю.Ю. Русанова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 480 с. - (Бакалавриат).<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492732>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Агентство по страхованию вкладов - <https://www.asv.org.ru/>
2. Ассоциация российских банков –<https://arb.ru/>
3. Ассоциация банков Северо – Запада -<https://www.nwab.ru/>

4. Банк России - <http://www.cbr.ru/>
5. «Банкир.ру»: портал о банковском бизнесе - <http://bankir.ru>
6. «Банки.ру»: информационный портал- <http://www.banki.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, экзамену.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке сообщений и докладов. При подготовке сообщений и докладов необходимо учитывать временное ограничение времени изложения подготовленного материала (не более 20 минут). Изложение сообщения или доклада производится в форме рассказа, а не чтения с листа. После сообщения или доклада обучающийся должен быть готов ответить на уточняющие вопросы аудитории.

При подготовке к практическим занятиям и экзамену рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков составления и анализа юридических документов. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия нормативного материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» включают в себя следующие виды занятий:

- **интерактивные лекции**, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- **анализ ситуаций (кейс-метод)** — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Банковские продукты и услуги для сервисных организаций» представлены в ФОММ (ФОС).

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Открытые тестовые задания (без вариантов ответов) выявляют знание соответствующих нормативных или учебных положений. Закрытые тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к экзамену следует иметь в виду, что экзамен является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Экзамен подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Экзамен может проводиться в форме устного собеседования и выполнения письменного задания.

Решение преподавателя об итоговой аттестации (экзамене) принимается по результатам всего собеседования на основе полноты и достоверности изложенного ответа и выполнения практического задания.

В процессе работы с нормативными источниками необходимо учитывать, что правовые явления существуют не в статическом, а в динамическом ряде. Поэтому необходимо внимательно следить за тем, чтобы используемые источники отражали правовую действительность, а не только историческую ретроспективу.

Работа с печатными изданиями для обучающегося может быть связана с трудностями в области доступа к современной научной печатной литературе. В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Одновременно следует обратить свое внимание

на публичные библиотеки, предоставляющие возможность доступа к электронным версиям печатных источников.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа включает в себя теоретическую и практическую части. В первой части ответа на основе изучения и использования материалов экономической литературы, данных законодательства, нормативной и инструктивной информации раскрывается теоретическая часть вопроса. Вторая часть должна содержать практический пример, демонстрирующий содержание первой части.

При выполнении контрольной работы студент должен продемонстрировать умение работать с научной литературой и пользоваться законодательными и инструктивными материалами.

Содержание работы должно показать: уровень общетеоретической и специальной подготовки студента; умение подбирать, систематизировать и анализировать фактический и статистический материал; способность к самостоятельной исследовательской работе по специальности;

Материалы, содержащиеся в работе, должны быть изложены логически последовательно, выводы и рекомендации сформулированы четко и убедительно. Научное руководство в процессе написания осуществляется, как правило, в форме консультаций (собеседований), которые являются средством оказания помощи студентам и формой контроля.

Разделы контрольной работы, как правило, соответствуют отдельным аспектам исследуемой темы и должны быть сбалансированы по объему.

При написании работы необходимо использовать не только монографическую литературу, но и материалы научных конференций, периодические издания, разработки кафедры. Список литературы должен включать не менее 20 источников.

Работа должна быть напечатана на одной стороне стандартного листа бумаги с полями: левое – 30мм, правое – 15мм, верхнее – 20мм, нижнее – 25мм.

Общий объем работы не должен быть менее 15 машинописных страниц текста, включая библиографический список. Первая страница курсовой работы – титульный лист. После титульного листа следует оглавление, в котором дается название всех разделов работы с указанием страниц. В конце работы помещаются библиографический список (список использованной литературы) и приложения. Каждый раздел контрольной работы должен иметь название и начинаться с новой страницы.

Список использованной литературы составляется в следующей последовательности:

а) официальные законодательные и нормативно-методические материалы. Статистические сборники, инструктивные и отчетные материалы;

б) монографическая и другая специальная литература в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора, а для сборников - по первой букве названия работы.

Выбор темы контрольной работы должен осуществляться по конечной цифре зачетной книжки студента.

Последняя цифра зачетной книжки	№№ тем (студент выбирает одну из предложенных тем)
1	1, 6, 12, 26
2	2, 15, 28, 14
3	3, 18, 23
4	4, 20, 27
5	8, 22, 25
6	7, 11, 29,
7	5, 16, 30
8	24, 31, 10
9	21, 13, 9
10	17, 19, 32

Темы контрольных работ

1. Банковская услуга: условия предоставления, основы формирования и основные виды.
2. Интегрированные финансовые продукты как новая форма продуктов банка.
3. Формирование имиджа банковского продукта и воздействие на него различных факторов: имиджа банка, качества продуктов, рейтинга банковских продуктов.
4. Процесс создания банковского продукта: обоснование проекта, участники проекта и их взаимодействие.
5. Жизненный цикл банковского продукта (услуги): понятие, этапы и методы управления.
6. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
7. Российский рынок банковских услуг и продуктов: его особенности и направление развития.
8. Зарубежный рынок банковских услуг и продуктов: особенности развития (на примере любой страны – по выбору студента).
9. Сегментация рынка банковских услуг и продуктов: принципы и подходы.
10. Основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке:
11. Методы продвижения банковских продуктов на рынке: активный и пассивный подход.
12. Понятие банковского маркетинга и маркетингового инструментария, входящего в состав комплекса маркетинга (marketing-mix).

13. Базовая (традиционная) модель marketing-mix и ее применение в банковской сфере: «модель 4Р».
14. Продуктовая стратегия коммерческого банка: понятие, содержание и принципы формирования.
15. Сбытовая стратегия коммерческого банка: понятие, содержание и принципы формирования.
16. Ценовая стратегия коммерческого банка: понятие, содержание и принципы формирования.
17. Коммуникативной политики коммерческого банка: понятие, содержание и принципы формирования.
18. Современные модели marketing-mix банка: концепция 5Е и другие.
19. Виды маркетинговых стратегий развития банка.
20. Влияние рекламы на реализацию маркетинговой стратегии банка.
21. Принципы взаимоотношений банка с клиентами.
22. Партнерские взаимоотношения банка и клиентов.
23. Программа лояльности клиента.
24. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий продвижения их на рынке.
25. Удалённые каналы взаимодействия с клиентами:
26. Онлайн-банкинг.
27. SMS-сервис «Мобильный банк».
28. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» и др.
29. Банковский бренд: роль и значение в повышении конкурентных преимуществ банка.
30. Модели кооперации в сбыте банковских продуктов: предпосылки и экономическая целесообразность.
31. Кооперация банков с предприятиями розничной торговли (POS – кредитование).
32. Использование инструментов контент – маркетинга для продвижения банковских продуктов.

При написании работы не следует использовать устаревшие материалы (предпочтение следует отдавать изданиям и статьям, опубликованным за последние 2-3 года, включая текущий год).

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение:

Программное обеспечение:

1. Операционная система (Microsoft Windows Проприетарная

2. Пакет офисных программ Microsoft Office, (Проприетарная);
3. Архиватор (7-Zip GNU Lesser General Public License)
4. Web-браузер (Mozilla Firefox GNU Lesser General Public License);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование	Количество
1	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной №43 (ул. Рошинская, 5)	1
	Технические средства обучения:	
	компьютер с программным обеспечением № 43	17
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №04 (ул. Рошинская, 5)	1
	Технические средства обучения:	
	персональный компьютер с программным обеспечением №04	1
	Проектор № 04	1
2.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 02(ул. Рошинская, 5)	1
	Технические средства обучения:	
	персональный компьютер с программным обеспечением №02	1
	проектор №02	1

Пронумеровано и
прошито 13 листов

Зав. УМО

