

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Экономический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Кредитные продукты и услуги

Кафедра «Финансы и кредит» экономического факультета

Образовательная программа

38.04.08 Финансы и кредит

Направленность (профиль)

«Финансово-кредитное регулирование экономики»

Уровень высшего образования

Магистратура

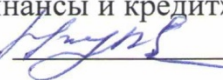
Форма обучения

Очная-заочная

Статус дисциплины: **вариативная, по выбору**

Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплины «Кредитные продукты и услуги» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 38.04.08 Финансы и кредит (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. №325.

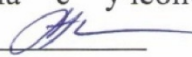
Разработчик: кафедра «Финансы и кредит» ДГУ
к.э.н., доцент Яхьяева Б.Н. 

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Финансы и кредит» от «4» марта 2020 г. протокол №7.

Зав. кафедрой  Алиев Б.Х.

на заседании Методической комиссии экономического факультета от «16» марта 2020 г., протокол №7.

Председатель  Сулейманова Д.А.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «23» 03 2020 г. 

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел программы	Стр.
Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	6
5. Образовательные технологии	11
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	12
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	24
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	24
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	26
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	26

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Кредитные продукты и услуги» входит в вариативную часть основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.08 Финансы и кредит, профиль «Финансово-кредитное регулирование экономики», является дисциплиной по выбору.

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Финансы и кредит».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с углубленным изучением магистрантами концептуальных основ кредитной деятельности коммерческого банка, процесса создания и управления кредитным продуктом и услугами, анализа особенностей технологий отдельных видов кредитных продуктов и услуг.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-11, ПК-21, ПК-24.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущего контроля в форме контрольной работы и промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 108 ч.:

Очно-заочная форма обучения

Семе- стр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцирова нный зачет, экзамен)	
	в том числе								
		Контактная работа обучающихся с преподавателем				Самостоятель ная работа	контроль		
	Всего	Всего	из них						
			Лекц ии	Лаб. занятия	Практиче ские занятия				Конс.
4	108	22	8	-	14	-	50	36	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Кредитные продукты и услуги» является углубленное изучение магистрантами концептуальных основ кредитной деятельности коммерческого банка, процесса создания и управления кредитным продуктом, анализа особенностей технологий отдельных видов кредитных продуктов.

Задачи дисциплины:

- формирование системного представления о структурах и тенденциях развития российского и мирового рынка кредитных услуг;
- освоение технологий кредитного продукта и их специфики в разрезе видов кредитных услуг;

- овладение технологией кредитных продуктов для корпоративных и розничных клиентов коммерческого банка.
- выработка способности решать нестандартные задачи, прогнозировать экономические процессы в сфере денежных, финансовых и кредитных отношений;
- формирование видения перспектив развития финансово-кредитных отношений и перспектив своей профессиональной деятельности;
- изучение особенностей содержания кредитных продуктов коммерческих банков;
- содержания технологий кредитного продукта и их специфики в разрезе видов кредитных услуг;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Кредитные продукты и услуги» входит в вариативную часть основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.08 Финансы и кредит, профиль «Финансово-кредитное регулирование экономики», является дисциплиной по выбору.

Дисциплина опирается на следующие курсы: «Научно-исследовательский семинар», «Информационное обеспечение финансово-кредитной системы», «Современное банковское дело». В соответствии с учебным планом очно-заочной формы обучения дисциплина изучается студентами в С семестре.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ПК -11	Способность обосновать на основе анализа финансово-экономических рисков стратегию поведения экономических агентов на различных сегментах финансового рынка	<i>Знать:</i> основные тенденции развития финансовых рынков <i>Уметь:</i> использовать оценки и прогнозы развития ситуации в принятии управленческих решений в сфере управления финансово-экономическими рисками <i>Владеть:</i> способностью обосновать стратегию поведения экономических агентов на различных сегментах финансового рынка
ПК-21	Способность выявлять и проводить исследование актуальных научных	<i>Знать:</i> основные результаты научных исследований отечественных и зарубежных ученых в области финансов и кредита <i>Уметь:</i> работать с источниками, содержащими результаты, полученные отечественными и

	проблем в области финансов и кредита	зарубежными исследователями в области финансов и кредита. <i>Владеть:</i> навыками выявления перспективных направлений в исследуемой области, составления программ исследований, обобщения и оценки результатов исследований
ПК-24	Способность проводить исследование проблем финансовой устойчивости организаций, в том числе финансово-кредитных, для разработки эффективных методов ее обеспечения с учетом фактора неопределенности	<i>Знать:</i> основные факторы возникновения рискованных ситуаций; основные методы управления рисками на макро- и микроуровне, используемые в отечественной и зарубежной практике. <i>Уметь:</i> осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач по повышению финансовой устойчивости организаций, анализировать статистические материалы, характеризующие величину и степень риска, систему управления риском. <i>Владеть:</i> основными методами исследования проблем финансовой устойчивости организаций и оценки рисков в рыночной экономике с учетом фактора неопределенности.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины (форма обучения – очно-заочная)

№ п / п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа, контроль	
	Модуль 1. Теоретические аспекты развития кредитных продуктов и услуг в коммерческом банке							
1	Тема 1. Сущность и значение банковского кредитования в экономике.			2	4		12	Опрос, доклады, рефераты, тесты

2	Тема 2. Внешние параметры банковского продукта.			2	4		12	Опрос, доклады, рефераты, тесты
	Итого по модулю 1	4		4	8		24	
	Модуль 2. Организация сбыта банковских услуг							
3	Тема 3. Основные элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг.			2	4		14	Опрос, доклады, рефераты, тесты
4	Тема 4. Особенности применения пластиковых карт в Российской и зарубежной практике.			2	2		12	Опрос, решение задач, тесты
	Итого по модулю 2	4		4	6		26	
	Модуль 3. Подготовка к экзамену						36	Экзамен
	Итого по курсу : 108 ч	4		8	14		86	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Теоретические аспекты развития кредитных продуктов и услуг в коммерческом банке.

Тема 1. Сущность и значение банковского кредитования в экономике.

Сущность и виды банковского кредита в рыночной экономике
Понятия «банковский продукт» и «банковская услуга». Общая характеристика основных видов банковских продуктов и услуг. Конкуренция и конкурентные отношения на рынке банковских продуктов и услуг. Характеристики банковского продукта, влияющие на его конкурентоспособность

Тема 2. Внешние параметры продажи банковского продукта.

Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Субъекты и объекты процесса продаж. Базовые модели продаж: продажа, ориентированная на продукт; продажа, ориентированная на клиента. Организация процесса продаж в банке. Особенности организации продаж для частных и

корпоративных клиентов. Управление процессом продажи банковских продуктов и услуг. Планирование объемов продаж банковских продуктов и услуг: разработка плана работы с текущими клиентами; плана привлечения новых клиентов.

Модуль 2. Организация сбыта банковских услуг

Тема 3. Основные элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг.

Организация сбыта банковских продуктов. Элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг. Управление каналами сбыта банковских продуктов на розничном рынке. Методы распространения банковских продуктов и услуг. Основные методы продажи банковских продуктов. Правила эффективной продажи банковских продуктов. Технология формирования спроса на банковские услуги.

Тема 4. Особенности применения пластиковых карт в Российской и зарубежной практике.

Основные понятия и сущность пластиковых карточек. Классификация пластиковых карточек. Механизм функционирования пластиковых карточек.

Учет операции с пластиковыми карточками. Развитие финансовой карточной технологии в России. Операции, совершаемые с использованием пластиковых (банковских) карт в РФ и за рубежом. Современные карточные платежные системы европейских стран.

4.3.2 Содержание практических занятий по дисциплине

Модуль 1. Теоретические аспекты развития кредитных продуктов и услуг в коммерческом банке.

Тема 1. Сущность и значение банковского кредитования в экономике.

Вопросы:

1. Сущность развития банковских продуктов и услуг
2. Особенности банковских продуктов и услуг
3. Сегментация рынка банковских услуг
4. Формы и виды банковской конкуренции

Контрольные вопросы:

1. Что вы понимаете под понятием «банковский продукт» и «банковская услуга».
2. Охарактеризуйте основные виды банковских продуктов и услуг.
3. Какова конкуренция и конкурентные отношения на рынке банковских продуктов и услуг.
4. Охарактеризуйте банковские продукты, влияющие на его конкурентоспособность.

Литература:

1. Банковские продукты и их продвижение на рынке учебное пособие / Н. П. Радковская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 117 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29395219> (30.03.2018)
2. Куницына Н.Н. Региональный рынок банковских услуг. Проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Н.Н. Куницына, Е.В. Ситникова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. – 191 с. – 978-5-9296-0835-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66102.html> (02.03.2018).
3. Современные кредитные продукты банков для корпоративных клиентов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. В. Тихомирова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 123 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23590936> (06.03.2018).

☐ Эле

Тема 2. Внешние параметры банковского продукта.

Вопросы:

1. Понятие «продажа» банковских продуктов и услуг.
2. Особенности продажи банковских продуктов и услуг.
3. Субъекты и объекты процесса продаж.
4. Базовые модели продаж: продажа, ориентированная на продукт; продажа, ориентированная на клиента.

Контрольные вопросы:

1. Какова организация процесса продаж кредитных продуктов и услуг в банке.
2. Каковы особенности организации продаж для частных и корпоративных клиентов.
3. Охарактеризуйте процессы управления продажи банковских продуктов и услуг.
4. Как планируется объем продаж банковских продуктов и услуг: разработка плана работы с текущими клиентами; плана привлечения новых клиентов.

Литература:

1. Банковские продукты и их продвижение на рынке учебное пособие / Н. П. Радковская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 117 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29395219> (30.03.2018)
2. Современные кредитные продукты банков для корпоративных клиентов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. В. Тихомирова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 123 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23590936> (06.03.2018).

☐ Эле

Модуль 2. Организация сбыта банковских услуг

Тема 3. Основные элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг.

Вопросы:

1. Организация сбыта банковских продуктов и услуг.
2. Основные элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг
3. Методы продажи банковских продуктов
4. Технология формирования спроса банковских услуг

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под понятием «стратегия продаж».
2. Каковы виды стратегий продаж, их характеристики.
3. Охарактеризовать основные элементы формирования и реализации стратегии продаж.
4. Каков рынок спроса и предложения на банковские продукты и услуги и прогнозирование спроса на банковские продукты и услуги.

Литература:

1. Банковские продукты и их продвижение на рынке учебное пособие / Н. П. Радковская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 117 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29395219> (30.03.2018)
2. Куницына Н.Н. Региональный рынок банковских услуг. Проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Н.Н. Куницына, Е.В. Ситникова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. – 191 с. – 978-5-9296-0835-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66102.html> (02.03.2018).

☐ Эле

Тема 4. Особенности применения пластиковых карт в Российской и зарубежной практике.

Вопросы:

1. Понятие и сущность пластиковых карточек.
2. Классификация пластиковых карточек.
3. Механизм функционирования пластиковых карточек.
4. Развитие финансовой карточной технологии в России.
5. Операции, совершаемые с использованием пластиковых (банковских) карт в РФ и за рубежом.

Контрольные вопросы:

1. Каковы методы обслуживания клиентов персональными менеджерами.
2. Как используются информационные технологии в системе продаж банковских продуктов.
3. Каковы положительные и отрицательные стороны дистанционного банковского обслуживания: системы «Клиент-банк» (Интернет-банкинг, on-line banking, direct

banking, home banking), системы «Телефон-Банк» (телефонный банкинг, телебанкинг, SMS-banking), устройства банковского самообслуживания.

Литература:

1. Банковские продукты и их продвижение на рынке □ Электронный ресурс: учебное пособие / Н. П. Радковская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 117 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29395219> (30.03.2018)
2. Куницына Н.Н. Региональный рынок банковских услуг. Проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Н.Н. Куницына, Е.В. Ситникова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. – 191 с. – 978-5-9296-0835-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66102.html> (02.03.2018).
3. Современные кредитные продукты банков для корпоративных клиентов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. В. Тихомирова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 123 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23590936> (06.03.2018).

5. Образовательные технологии

Современные образовательные технологии в преподавании дисциплины «Кредитные продукты и услуги» ориентированы на реализацию инновационных методов обучения как слагаемых учебного процесса. Они учитывают преимущества компетентностного подхода к изучению дисциплины, обеспечивают повышение качества знаний, необходимых для профессиональной деятельности банкиров.

Для проведения лекционных и практических занятий используются различные образовательные технологии с использованием активных и интерактивных форм обучения.

Лекции проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как тематическая дискуссия, проблемная лекция, обзорная лекция, лекция-информация с использованием фактических данных и т.п.

При ведении практических занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, решение кейса задач, метод малых групп и т.п. При проведении практических занятий в интерактивной форме используются следующие методы: анализ конкретных ситуаций, тематическая групповая дискуссия, деловая игра, блиц-опрос, проблемный семинар, научный кружок.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения качества обучения предполагается организация научно-исследовательской работы студентов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Для теоретического и практического усвоения дисциплины большое значение имеет самостоятельная работа студентов, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством преподавателя.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Кредитные продукты и услуги», предусмотренная учебным планом в объеме 108 часов, представляет собой способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей.

Основными видами самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Кредитные продукты и услуги» выступают следующие:

- подготовка к практическим занятиям;
- работа с вопросами для самоконтроля;
- написание рефератов;
- подготовка докладов;
- выполнение тестовых заданий;
- решение задач.

Виды и формы контроля самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Кредитные продукты и услуги»

Разделы дисциплины	Виды самостоятельной работы (и ссылки на литературу ¹)	Форма контроля
<u>Раздел1.</u> Теоретические аспекты развития кредитных продуктов и в услуг коммерческом банке.	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, выполнение тестовых заданий, обработка аналитических данных, решение задач, написание рефератов. (1,2,3,4,7)	Устный опрос, защита рефератов, докладов, тестирование, решение задач
<u>Раздел2.</u> Основные элементы системы сбыта банковских продуктов и услуг.	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, выполнение тестовых заданий, обработка аналитических данных, решение задач, написание рефератов. (1,2,3,4,5,6,7)	Устный опрос, защита рефератов, докладов, тестирование, решение задач

¹ Дается ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п. 8.

Тема 4. Особенности применения пластиковых карт в Российской и зарубежной практике. .	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, выполнение тестовых заданий, обработка аналитических данных, решение задач, написание рефератов. (1,2,3,4,5,6)	Устный опрос, защита рефератов, докладов, тестирование, решение задач
---	---	---

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат представляет собой вид развернутого сообщения по определенной теме с использованием ранее опубликованной информации. Для реферата выбираются наиболее важные с научной точки зрения и достаточно исследованные факты, позволяющие проиллюстрировать актуальность избранной проблемы и указать способы ее решения.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке.

План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы. Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, заключения, содержащего теоретические выводы, списка использованной литературы.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Объем реферата — от 5 до 15 машинописных страниц.

Материал в реферате располагается в следующей последовательности:

- титульный лист
- план работы
- введение
- текст работы (разбитый на разделы)
- заключение
- список литературы.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, в самом конце — дату написания работы.

Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и опiski как в тексте, так и в цитатах и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Выбор темы реферативной работы осуществляется в соответствии с предложенной преподавателем тематикой. В отдельных случаях студент может выбрать для своего реферата тему, которая не вошла в тематику, но отражает его приверженность определенному направлению научных поисков.

Методические рекомендации по подготовке докладов

Доклад – это публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение на определённую тему.

В отличие от реферата доклад представляет собой анализ какой-либо темы, опирающийся на всестороннее исследование проблемы или ее отдельных аспектов. Он строится по принципу демонстрации определенной позиции автора, подкрепленной научно-исследовательскими работами в этой области со ссылками на источники, цитатами и обоснованием авторского мнения. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать дискуссию.

Структура доклада:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.

Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.

Содержание доклада студент докладывает на практическом занятии, заседании кружка, научно-практической конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 5-7 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях и/или студенческих научно-практических конференциях.

Перечень основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к использованию при написании рефератов и докладов по дисциплине «Кредитные продукты и услуги», представлен в Разделе 8 данной рабочей программы.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ ПО РАЗДЕЛАМ ДИСЦИПЛИНЫ «КРЕДИТНЫЕ ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ»

1. Банковский продукт, банковская услуга, экономическое содержание и взаимосвязь понятий.
2. Классификация банковских продуктов и услуг.
3. Цена банковского продукта как фактор конкурентоспособности.
4. Этапы ценообразования в отношении банковских продуктов.
5. Методы ценообразования на банковские продукты.
6. Теоретические подходы к определению категории качества банковских продуктов и услуг.
7. Понятие качества банковской услуги, составные части качества.
8. Методология оценки качества банковских услуг. Стандарт ИСО 9000.
9. Потребительское кредитование.
10. Расчетно-кассовое обслуживание юридических лиц
11. Автокредитование
12. Ипотечное кредитование
13. Понятие и виды банковских карт. Электронные платежные системы
14. Банковские продукты и услуги, связанные с оборотом драгоценных металлов.
15. Обезличенные металлические счета.
16. Обслуживание состоятельных клиентов
17. Пассивные операции коммерческих банков и управление ими.
18. Активные операции коммерческого банка и управление ими.
19. Лизинговые операции и роль банков в их проведении.
20. Организация безналичных расчетов в РФ и пути развития платежной системы.
21. Кредитование корпоративных клиентов коммерческими банками. Этапы кредитной деятельности.

22. Кредитоспособность заемщиков и методы ее оценки банком.
23. Операции банков на рынке ценных бумаг и их регулирование.
24. Ликвидность коммерческого банка и ее регулирование.
25. Банковские риски и управление ими.
27. Депозиты и депозитная политика банков в современных условиях.
28. Комиссионно-посреднические операции банков и их развитие в современных условиях.
29. Депозитарные операции банков.
30. Банковские услуги и их развитие в условиях конкуренции.
31. Банковская конкуренция и ее особенности в России.
32. Операции банков с пластиковыми картами и перспективы их развития.
33. Операции банков с драгоценными металлами.
34. Потребительское кредитование коммерческих банков.
35. Операции банков по обслуживанию розничных клиентов и перспективы их развития.
36. Надежность и финансовая устойчивость коммерческого банка.
37. Валютные операции коммерческих банков.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК -11	Способность обосновать на основе анализа финансово-экономических рисков стратегию поведения экономических агентов на различных сегментах финансового рынка	<i>Знать:</i> основные тенденции развития финансовых рынков <i>Уметь:</i> использовать оценки и прогнозы развития ситуации в принятии управленческих решений в сфере управления финансово-экономическими рисками <i>Владеть:</i> способностью обосновать стратегию поведения экономических агентов на различных сегментах финансового рынка	Устный опрос, выполнение тестовых заданий, решение задач
ПК-21	Способность выявлять и	<i>Знать:</i> основные результаты научных исследований	Устный опрос,

	проводить исследование актуальных научных проблем в области финансов и кредита	отечественных и зарубежных ученых в области финансов и кредита <i>Уметь:</i> работать с источниками, содержащими результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями в области финансов и кредита. <i>Владеть:</i> навыками выявления перспективных направлений в исследуемой области, составления программ исследований, обобщения и оценки результатов исследований	написание реферата, подготовка доклада
ПК-24	Способность проводить исследование проблем финансовой устойчивости организаций, в том числе финансово-кредитных, для разработки эффективных методов ее обеспечения с учетом фактора неопределенности	<i>Знать:</i> основные факторы возникновения рисков ситуаций; основные методы управления рисками на макро- и микроуровне, используемые в отечественной и зарубежной практике. <i>Уметь:</i> осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач по повышению финансовой устойчивости организаций, анализировать статистические материалы, характеризующие величину и степень риска, систему управления риском. <i>Владеть:</i> основными методами исследования проблем финансовой устойчивости организаций и оценки рисков в рыночной экономике с учетом фактора неопределенности.	

7.2. Типовые контрольные задания

Примерные тестовые задания

- Выбор стратегии постепенного внедрения услуги на рынок не возможен, когда
 - покупатель не знаком с услугой
- Выделение однородных групп клиентов, на которых ориентирована маркетинговая программа — это:

- сегментация

3. Группа клиентов, подходящая для продажи им определенного вида товаров и услуг, —

это:

- целевой рынок

4. Деятельность, которая включает в себя планирование производства банковского продукта, исследование финансового рынка, налаживание коммуникаций, установление

цен, организацию продвижения банковского продукта и развертывание службы банковского сервиса, — это:

- банковский маркетинг

5. Для изучения существующих и возможных конкурентов специалист по маркетинговым

исследованиям не анализирует:

- внутреннюю информацию

6. Доходность банковских услуг на различных рынках, определяемая со стороны предложения, — это:

- цена банковских услуг

7. К активному маркетингу относится:

- публикации в прессе информации о банковских услугах

8. К задачам банковского маркетинга относится:

9. К инструментам по продвижению продукта на рынок относится:

10. К классификации спроса на банковские продукты по психофизиологической реакции

покупателей относится:

11. К классификации спроса на банковские продукты по степени удовлетворения потребностей покупателей относится:

12. К маркетинговому контролю относятся:

- установление стандартов; измерение фактически достигнутых результатов

13. К ценам на новые услуги не относятся цены:

- скользящие

14. На стадии зрелости услуги на рынке банк использует стратегию

- «снятия сливок»

15. Навязывание продукта потребителям в случае отсутствия на него реального спроса —

это:

- «Продажа под давлением»

16. Направленное распространение информации о потребительских свойствах товаров или

услугах с целью создания или увеличения спроса на них — это:

- реклама

17. Неожиданный спрос, когда покупатель, уже сделавший свой выбор под влиянием советов других покупателей, знакомых, рекламы или иных факторов, меняет свое решение называется:

- импульсным

18. При отрицательной величине спроса

- размер спроса будет уменьшаться при росте цен

19. При положительной величине спроса

- доходы банка возрастают несмотря на уменьшение цен и, напротив, уменьшаются при

увеличении цен

20. Стратегии, применяемые новыми банками или банками стремящимися изменить свой

имидж,

включают использование новых технологий и кадров с целью повышения качества услуг,

— это:

- новаторские стратегии

21. Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?

А. Профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид.

В. Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.

С. Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

22. Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:

А. Аналитика.

В. Общение с клиентом.

С. Продажи.

23. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:

А. Менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму.

В. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.

С. Степень принятия рисков.

24. Какие три составляющие играют для менеджера по продажам решающую роль в

начале процесса анализа ситуации на рынке?

А. Клиент, продавец, продукт/товар.

- В. Структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта,
определение регионального сегмента с географической точки зрения.
- С. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.
25. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:
- А. Харизматичность менеджера по продажам.
- В. Давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом.
- С. Высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.
26. Основное преимущество для менеджера по продажам при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных:
- А. Уверенность в постоянном доступе к самым «свежим» сведениям.
- В. Экономия времени.
- С. Соответствие профессиональным стандартам.
27. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:
- А. Продажа.
- В. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
- С. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.
28. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов настоящего времени, например, «Вы довольны нашей последней поставкой?»
(вместо – «Вы были довольны нашей последней поставкой?»)?
- А. Так рекомендуют психологи.
- В. Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.
- С. Так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.
29. Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?
- А. Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.
- В. Можно познакомиться с девушкой.
- С. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.
30. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:
- А. В дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам.

- В. В джинсы и джемпер темных тонов.
- С. В не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле.
31. Демонстрационная папка нужна менеджеру по продажам в процессе общения с клиентом для:
- А. Унификации подхода менеджеров по продажам к процессу переговоров.
- В. Ссылок на различные документы и материалы, о которых может зайти речь в процессе разговора с клиентом.
- С. Продвижения своей компании с целью реализации ее стратегических целей.
32. В случае сравнения конкурентов решающее значение имеют два фактора:
- А. Соотношение цены и качества предоставляемых товаров.
- В. Соотношение цены и количества предоставляемых услуг.
- С. Соображения лояльности.
33. Позитивная роль конкуренции заключается в:
- А. Регуляции динамики цен.
- В. Стимуляции к развитию сервиса.
- С. Создании атмосферы гонки.
34. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:
- А. Клиент не умеет считать свои деньги.
- В. Запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- С. Клиент пытается манипулировать.
35. Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:
- А. «Вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».
- В. «Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов».
- С. «Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших».
36. Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?
- А. Терпение.
- В. Напористость.
- С. Красноречие.
37. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?
- А. «Да, у нас дорого».
- В. «Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высокими

качеством нашей продукции».

С. «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

38. Ключевой клиент – это:

А. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.

В. Представители крупных предприятий.

С. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам

не менее полутора лет.

39. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

А. Умение парировать агрессивные высказывания.

В. Сострадание и совестливость.

С. Невозмутимость и понимание состояния клиента.

40. Работа по возвращению клиентов – это:

А. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

В. Умение приносить извинения за некачественную работу компании.

С. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

41. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:

А. Продавать как можно больше.

В. Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

С. Продвигать свою компанию и ее продукцию.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (экзамену)

1. Понятие и виды кредитных продуктов.
2. Кредитный продукт: его сущность и отличительные черты.
3. Классификация кредитных услуг коммерческих банков.
4. Составные элементы технологии кредитных продуктов.
5. Механизм кредитования и его составные элементы.
6. Классификация банковских рисков, связанных с кредитными продуктами.
7. Методы оценки кредитного риска.
8. Способы минимизации кредитного риска.
9. Механизм кредитования юридических лиц.
10. Проектное кредитование в России: проблемы и перспективы развития.

11. Механизм проектного кредитования.
12. Риски кредитования юридических лиц и методы управления ими.
13. Механизм потребительского кредитования.
14. Ипотечное кредитование физических лиц.
15. Риски потребительского кредитования и способы их минимизации.
16. Роль бюро кредитных историй в управлении рисками кредитования физических лиц.
17. Цена кредитного продукта: формирование, порядок и формы уплаты.
18. Методы определения себестоимости кредитных продуктов.
19. Методы оценки рентабельности кредитных продуктов.
20. Технология создания кредитного продукта.
21. Мероприятия по продвижению кредитного продукта на рынок.
22. Управление кредитным продуктом.
23. Качественная характеристика и свойства кредитного продукта.
24. Виды и характеристика кредитных продуктов.
25. Факторы, влияющие на качественный состав банковских кредитных продуктов.
26. Стадии «жизни» банковских кредитных продуктов.
27. Сущность кредитного продукта и его назначение.
28. Этапы создания нового кредитного продукта.
29. Стратегии внедрения новых кредитных продуктов.
30. Взаимосвязь кредитного продукта и кредитного риска.
31. Основные факторы, влияющие на предложение кредитных продуктов МСБ.
32. Типичные условия кредитов для МСБ.
33. Современные тенденции развития розничных кредитных продуктов.
34. Типичные условия потребительских кредитов.
35. Особенности инвестиционных кредитных продуктов. Типичные условия инвестиционных кредитов.
36. Основы ценообразования новых кредитных продуктов.
37. Современные тенденции развития кредитных продуктов.
38. Этапы взаимоотношений кредитора и заемщика (отдельно по юридическим, отдельно по физическим лицам).
39. Особенности и тенденции развития ипотечного кредитования.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов (на каждом занятии),
- участие на семинарских занятиях - 90 баллов (на каждом занятии),
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 100 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 70 баллов,
- кейс-задание - 30 баллов.

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

Основная литература

1. Банковские продукты и их продвижение на рынке [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. П. Радковская. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 117 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29395219> (30.03.2018)
2. Куницына Н.Н. Региональный рынок банковских услуг. Проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография / Н.Н. Куницына, Е.В. Ситникова. – Электрон. текстовые данные. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. – 191 с. – 978-5-9296-0835-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66102.html> (02.03.2018).
3. Современные кредитные продукты банков для корпоративных клиентов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. В. Тихомирова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 123 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23590936> (06.03.2018).

Дополнительная литература

4. Банки и небанковские кредитные организации и их операции [Электронный ресурс]: учебник / Е.Ф. Жуков, Н.Д. Эриашвили, Л.Т. Литвиненко и др. ; ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116707> (18.03.2018).
5. Иванов, О.М. Банковские платежные агенты [Электронный ресурс]/ О.М. Иванов, К.В. Данилин. - Москва : КНОРУС : ЦИПСИР, 2012. - 192 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209618> (18.03.2018).
6. Инвестиционные кредитные продукты банков [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. В. Тихомирова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 84 с. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32543914> (18.03.2018).
7. Формирование банковских продуктов в современной экономике [Электронный ресурс]/ Е.Г. Шатковская ; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2012. – 159 с. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23966976> (18.03.2018).

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

1. Сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: www.cbr.ru
2. СПС «Консультант Плюс»: Законодательство: Версия Проф. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 25.01.2018).
2. Банк России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : www.cbr.ru.

3. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : www.minfin.ru.
7. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2018. – URL: <http://elib.dgu.ru> (дата обращения 21.02.2018).
- 8.eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 01.02.2018).
9. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения 22.02.2018).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций и практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде устных и письменных опросов, рефератов, тестов, кейс-заданий, задач.

На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На практических занятиях деятельность студента заключается в активном слушании выступлений других студентов, предоставлении собственных результатов самостоятельной работы, участии в обсуждении рефератов, выполнении контрольных заданий и т.п.

При подготовке к практическому занятию обучающиеся должны прежде всего изучить конспект лекций по заданной теме, ознакомиться с соответствующим разделом в учебнике (законодательном документе), рекомендованном в качестве основной литературы. При желании студент может ознакомиться и с дополнительной литературой. Необходимо также обратить внимание на периодику, чтобы использовать более «свежий» материал.

Форма работы с литературой должна быть разнообразной – начиная от комментированного чтения и заканчивая выполнением различных заданий на основе прочитанной литературы. Например, составление плана прочитанного материала; подбор выписок из литературы по заданным вопросам; конспектирование текста.

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

В процессе преподавания дисциплины используются современные технологии визуализации учебной информации (создание и демонстрация

презентаций), ресурсы электронной информационно-образовательной среды университета.

Проведение данной дисциплины не предполагает использование специального программного обеспечения. Используется следующее лицензионное программное обеспечение общего назначения и информационные справочные системы: прикладные программы пакета OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc, Справочно Правовая Система КонсультантПлюс, Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для проведения занятий по дисциплине используются специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с достаточным количеством посадочных мест, укомплектованные специализированной мебелью. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа оснащены современным демонстрационным (мультимедийным) оборудованием для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.