

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

ИНСТИТУТ ПРАВА ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы _____ Р.В.Гурфова

«____» _____ 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
ИПЭиФ _____ М.Х.Гукешоков

«____» _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Банковский маркетинг

Направление подготовки
09.03.03 – Прикладная информатика

Профиль
Прикладная информатика в экономике

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная форма

Нальчик 2020

Рабочая программа дисциплины «Банковский маркетинг» /сост. Атабиева А.Х. – Нальчик: КБГУ, 2020. ____ с.

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Банковский маркетинг» вариативной части студентам очной формы обучения, по направлению подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика, для профиля Прикладная информатика в экономике, в 7 семестре, 4 курса.

Рабочая программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03. «Прикладная информатика» утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №207 от 12 марта 2015 г. (зарегистрировано в Минюсте России 27 марта 2015 г. № 36589).

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.....	4
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	8
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	16
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	18
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	22
9. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	24
ПРИЛОЖЕНИЕ	25

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у студентов специальных знаний и навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговой работы в современной банковской деятельности. Задачи дисциплины: • теоретическое освоение студентами современных маркетинговых концепций, используемых на рынке банковских продуктов (услуг); • ознакомление студентов с особенностями современного банковского маркетинга; • освоение инновационных маркетинговых технологий в банковской сфере; • формирование практических навыков компетентности при принятии маркетинговых решений на рынке банковских продуктов (услуг).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Банковский маркетинг» входит в ОПОП по направлению подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору. Дисциплина тесно связана с такими науками, как менеджмент и маркетинг, экономика, информационные технологии в банке, и предполагает активное использование знаний в данных областях, а также углубление и расширение знаний в данных областях.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Банковский менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО направлен на формирование общекультурных и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика (уровень бакалавриата):

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ОПК-4 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК- 18 способность принимать участие в организации ИТ-инфраструктуры и управлении информационной безопасностью.

По результатам изучения дисциплины «Банковский маркетинг» специалист должен знать:

- основные понятия и концепции банковского маркетинга;
- специфические особенности банковского маркетинга;
- цели и задачи банковского маркетинга;
- состав и содержание комплекса банковского маркетинга;
- основные функции работников службы маркетинга банка.

уметь:

- ставить стратегические маркетинговые цели и задачи;
- осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии банка на основе передовых исследовательских технологий;
- составлять стратегический и тактический планы маркетинговой работы банка;
- управлять комплексом маркетинга банка;
- осуществлять контроль за эффективностью реализации маркетинговых планов и мероприятий банка.

владеть:

- понятийным аппаратом в области банковского маркетинга;
- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения задач банковского маркетинга;
- методиками проведения маркетинговых исследований для обоснования комплекса

маркетинга банка; а также навыками самостоятельной разработки маркетингового плана;

- методами анализа результатов маркетинговой работы банка.

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

В таблице 1 приводится описание содержания дисциплины, структурированное по разделам, с указанием по каждому разделу формы текущего контроля: защита контрольной работы (КР), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т).

Таблица 1

Содержание разделов дисциплины «Банковский маркетинг»

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Форма текущего контроля
1.	Понятие, сущность и основные особенности банковского маркетинга	Характеристика современного состояния рынка банковских продуктов (услуг) и тенденций его развития. Основные факторы, вызывающие усиление конкурентной борьбы на рынке банковских продуктов (услуг).	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций
2.	Цели, задачи и основные стратегии банковского маркетинга	Сущность понятия и основные требования к определению миссии банка. Социальные и экономические цели банка.	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций
3.	Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг)	Источники и каналы поступления информации о внешней среде и рынке банковских продуктов (услуг), формирующей маркетинговую информационную систему (МИС) банка.	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций
4.	Разработка комплекса маркетинга банка	Продуктово-ассортиментная политика банка. Ценовая политика и стратегия банка. Политика распространения банковских продуктов (услуг). Маркетинговые коммуникации и продвижение банковских продуктов (услуг) и бренда банка.	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций
5.	Организация маркетинговой деятельности банка	Содержание понятия «служба маркетинга» банка. Роль специализированного маркетингового подразделения (управления, отдела, группы), а также других подразделений (службы обслуживания клиентов,	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций

		управления филиалами и др.) в осуществлении маркетинговой деятельности банка.		
6.	Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка	Содержание понятия «эффективность маркетинга». Основные критерии и показатели эффективности маркетинговой деятельности банка. Виды контроля маркетинга банка: стратегический и текущий.	ОК-3, ОПК-4, ПК-18	Тесты, устный опрос, защита презентаций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Структура дисциплины «Банковский маркетинг»

Таблица 2

Структура дисциплины «Банковский маркетинг»

Вид работы	Трудоемкость, часов / зачетных единиц	
	7 семестр	всего
Общая трудоемкость (в зачетных единицах)	108	108
Контактная работа (в часах):	42	42
<i>Лекции (Л)</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
<i>Семинарские занятия (СЗ)</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	<i>Не предусмотрены</i>	<i>Не предусмотрены</i>
Самостоятельная работа (в часах):	66	66
Расчетно-графическое задание	-	-
Реферат (Р)	-	-
Эссе (Э)	-	-
Контрольная работа (КР)		
Самостоятельное изучение разделов	57	57
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	9	9
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Таблица 3

Лекционные занятия

№	Лекции
1.	Понятие, сущность и основные особенности банковского маркетинга
2.	Цели, задачи и основные стратегии банковского маркетинга
3.	Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг)
4.	Разработка комплекса маркетинга банка
5.	Маркетинговые коммуникации и продвижение банковских продуктов (услуг) и бренда банка.
6.	Организация маркетинговой деятельности банка
7.	Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка

Таблица 4. Практические занятия

№	Наименование тем
1.	Понятие, сущность и основные особенности банковского маркетинга
2.	Цели, задачи и основные стратегии банковского маркетинга
3.	Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг)
4.	Разработка комплекса маркетинга банка
5.	Маркетинговые коммуникации и продвижение банковских продуктов (услуг) и бренда банка.
6.	Организация маркетинговой деятельности банка
7.	Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка

Таблица 5. Лабораторные работы – не предусмотрены

Таблица 6

Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Наименование тем
1	2
1.	Организовать групповую работу по подготовке презентаций. Дискуссия по результатам самостоятельного изучения предложенного материала. Деловая игра по выбору стратегии банка
2.	Предусмотрено решение задач по расчету показателей достаточности собственного капитала, а также разбор кейса по выбору источников наращивания капитала и групповое обсуждение возможных решений
3.	Решение задач по факторному анализу влияния на величину доходов и расходов банка изменения объемных и ценовых параметров и групповое обсуждение рекомендаций банку . Проблема противоречия между ликвидностью и доходностью банковских операций, пути ее решения.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Формы контроля текущих, рубежных и промежуточных знаний студентов по дисциплине определяются в соответствии с учебным планом образовательной программы и в соответствии с действующим Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов КБГУ.

От обучающихся требуется посещение занятий, выполнение лабораторных работ, знакомство с рекомендованной литературой.

При аттестации обучающихся оценивается качество работы на занятиях (умение вести дискуссию, способность четко и ёмко формулировать свои мысли), уровень подготовки к самостоятельной деятельности, качество выполнения заданий (презентаций, докладов, выполнение лабораторных работ и др.).

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля.

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Банковский маркетинг», оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Информационные технологии в экологии». Развёрнутый ответ должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:

3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
ставится, если обучающийся: 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное экономических понятий; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно	ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.	ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает	ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.		материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.	
--	--	--	--

Баллы «1», «2», «3» могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных на протяжении занятия. начисляются в зависимости от сложности задания.

Вопросы к семинарскому занятию «Цели, задачи и стратегии банковского маркетинга» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

1) Дайте определение понятия «банковский маркетинг» как концепции рыночного управления и концепции «партнерских отношений». Назовите основные цели и задачи банковского маркетинга.

2) В чем социально-экономическая роль и сущность банковского маркетинга?

3) Дайте характеристику маркетинговых целей банка по обеспечению его выживания и развития.

4) Охарактеризуйте основные задачи и принципы маркетинговой деятельности банка.

5) Назовите основные маркетинговые стратегии банка и критерии их выбора в зависимости от положения банка на рынке финансовых продуктов (услуг)

Вопросы к семинарскому занятию «Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов (услуг)» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

1) Охарактеризуйте понятие «маркетинговая информационная система» (МИС) банка и ее составные части.

2) Дайте характеристику источников и каналов поступления информации в маркетинговую информационную систему (МИС) банка.

3) Какие методы сбора и анализа маркетинговой информации используются для формирования МИС банка.

4) Опишите процесс и содержание этапов маркетингового исследования рынка банковских продуктов (услуг).

5) В чем особенности сегментирования рынка банковских продуктов (услуг)? Каковы критерии выбора банком целевых сегментов рынка?

6) В чем состоит деятельность по позиционированию продуктов (услуг) банка.

Вопросы к семинарскому занятию «Разработка маркетинга банка» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

1) Разъясните понятие комплекса банковского маркетинга. Дайте характеристику его элементов и из взаимосвязи.

2) Приведите классификацию банковских продуктов (услуг).

3) Охарактеризуйте концепцию жизненного цикла товара (ЖЦТ), ее роль в формировании «продуктового портфеля» банка.

4) В чем состоит принцип рационального обновления ассортимента банковских продуктов (услуг)?

5) В чем особенности внедрения на рынок нового продукта (услуги) банка?

6) Каковы основные методы (инструменты) анализа эффективности товарно-продуктовой (ассортиментной) политики банка?

Пример ситуационной задачи к практическому занятию: Почему многие клиенты

банка не пользуются возможностью получения новых прогрессивных услуг, например, дистанционного обслуживания и др., а пользуются давно существующими на рынке? Дайте обоснованный ответ.

Вопросы к семинарскому занятию «Ценовая политика и стратегия банка» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

- 1) Какова роль ценовой политики в комплексе банковского маркетинга?
- 2) В чем особенности процесса ценообразования на рынке банковских продуктов (услуг)?
- 3) Назовите принципы и основные методы ценообразования на продукты (услуги) банка.
- 4) Какие факторы влияют на уровень цен (тарифов) банковских продуктов (услуг)?
- 5) Какова связь цен (тарифов) со стадиями жизненного цикла банковских продуктов (услуг)?
- 6) Охарактеризуйте стратегии ценообразования на продукты (услуги) банка. Приведите примеры ценовых стратегий.

Примеры ситуационных задач к практическому занятию:

А) При каких обстоятельствах покупатели банковских продуктов (услуг) рассматривают цену (тарифы) на них как индикатор качества? Дайте развернутый обоснованный ответ с примерами.

Б) При выводе нового банковского продукта (услуги) на рынок, в каких условиях можно было бы рекомендовать:

- а) стратегию «снятия сливок»;
- б) стратегию проникновения на рынок. Ответ обоснуйте.

Вопросы к семинарскому занятию «Политика распространения банковских продуктов (услуг)» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

- 1) Определите сущность и цели политики распространения в комплексе банковского маркетинга.
- 2) Назовите современные тенденции развития системы распространения банковских продуктов (услуг).
- 3) Каковы основные стратегии и методы распространения банковских продуктов (услуг)?
- 4) Какие задачи решает банк в процессе разработки и реализации своей сбытовой стратегии?
- 5) Каковы особенности планирования сбытовой деятельности банка?
- 6) Дайте характеристику системы управления взаимоотношениями банка со своими клиентами.

Пример ситуационной задачи: Какие группы клиентов хотели бы пользоваться услугами через Интернетбанкинг и почему? Обоснуйте ответ.

Вопросы к семинарскому занятию «Продвижение банковских продуктов (услуг) и бренда банка» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

- 1) Дайте определение маркетинговых коммуникаций.
- 2) Каковы цели и задачи маркетинговых коммуникаций банка?
- 3) Какие основные элементы входят в коммуникационную политику банка?
- 4) Раскройте понятие рекламы. В чем особенности планирования банком рекламных мероприятий?
- 5) Каковы основные объекты PR-деятельности банка?
- 6) В чем особенности, цели и задачи проведения банком PRмероприятий?
- 7) Определите сущность, цели, средства и методы стимулирования сбыта продуктов

(услуг) банка

Пример деловой игры: Разработайте программу продвижения продуктов (услуг) и имиджа банка, используя Интернет-ресурсы (блоги, форумы, социальные сети и пр.)

Вопросы к семинарскому занятию «Организация маркетинговой деятельности банка» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

- 1) Назовите сущность и основные виды контроля в банковском маркетинге.
- 2) Что такое контролинг в чем его отличие от контроля маркетинговой деятельности банка?
- 3) Что такое ревизия маркетинга банка?
- 4) Определите цели и задачи контроля за эффективностью маркетинговой деятельности банка.
- 5) В чем особенность стратегического контроля эффективности маркетинговой деятельности банка? Каковы основные показатели стратегического контроля эффективности маркетинга банка?
- 6) Каковы основные показатели текущего контроля эффективности маркетинга банка?

Пример деловой игры: Какой тип построения организационной структуры управления маркетингом банка следует использовать, если банк обслуживает ограниченный круг крупных предприятий (юридических лиц)? Обоснуйте ответ.

Вопросы к семинарскому занятию «Контроль эффективности маркетинговой деятельности банка» (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18):

- 1) Определите понятие «служба маркетинга банка».
- 2) В чем особенности организации маркетинговой деятельности в банке?
- 3) Какова роль специализированного маркетингового подразделения банка (управления, дирекции, отдела)?
- 4) Каковы основные задачи и функции специализированного маркетингового подразделения и других служб банка, связанных по роду своей деятельности с управлением спросом на банковские продукты (услуги)?
- 5) Какие требования предъявляются к работникам маркетинговых подразделений банка с точки зрения их знаний, навыков, умений?
- 6) В чем заключаются достоинства и недостатки функциональной, продуктовой и матричной организационных структур управления маркетингом банка?

Пример деловой игры: Какие показатели эффективности маркетинговой деятельности банка следует обязательно анализировать маркетологам, если объем продаж продуктов (услуг) банка вырос за отчетный период, а количество клиентов сократилось?

5.2. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающегося (типовые задачи) (при наличии)

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных, лабораторных занятий, а также самостоятельную работу обучающихся. В ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет» действует балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений обучающихся по образовательным программам, реализуемым на основании федеральных государственных образовательных стандартов. Балльно-рейтинговая система оценки знаний является одной из составляющих системы управления качеством образовательной деятельности в университете.

Форма самостоятельной работы:

- 1) Работа с учебно-методический и справочной литературой для ответов на

семинарских занятиях и участия в дискуссиях

2) Работа с учебной и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки докладов по рекомендованным статьям или предложенным темам

3) Работа с учебной и справочной литературой для самостоятельного выполнения домашних заданий

4) Анализ данных агентства Interbrand для подготовки к занятию

5) Работа с учебно-методической и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки участия в дискуссии по одной из актуальных тем

6) Работа со СМИ. Изучение интервью, пресс-релизов, новостей, обзоров финансовых рынков и т.п.

7) Работа с Интернет-сайтами международных и российских компаний

8) Подготовка к зачету

Темы выступлений с презентациями для семинарских занятий:

1. Эволюция концепции маркетинга на рынке банковских продуктов (услуг).

2. Условия и факторы, формирующие спрос на банковские продукты (услуги).

3. Методы изучения поведения потребителей банковских продуктов (услуг).

4. Факторы, вызывающие усиление конкурентной борьбы на рынке банковских продуктов (услуг).

5. Усиление роли банковского маркетинга в условиях вступления России в ВТО.

6. Требования к постановке маркетинговых целей и задач банка.

7. Факторы, определяющие выбор маркетинговой стратегии банка.

8. Содержание и структура маркетинговой информационной системы (МИС) банка.

9. Источники и каналы поступления маркетинговой информации в банк.

10. Методы сбора и анализа маркетинговой информации о внешней среде банка и рынке банковских продуктов (услуг).

11. Планирование маркетинговых исследований в банке.

12. Особенности сегментирования рынка банковских продуктов (услуг).

13. Позиционирование продуктов (услуг) банка и его положения на рынке.

14. Маркетинговый анализ рынка банковских продуктов (услуг).

15. Характеристика маркетинговой деятельности на различных этапах жизненного цикла товара (на примере конкретного продукта/услуги банка).

16. Маркетинговая деятельность по внедрению на рынок нового продукта (услуги) банка (на конкретном примере).

17. Оптимизация процесса обновления ассортимента банковских продуктов (услуг) (на примере ассортимента продуктов (услуг) конкретного банка).

18. Анализ эффективности ассортиментно-продуктовой политики банка (на конкретном примере).

19. Процесс формирования цены на банковский продукт (услуг) (на конкретном примере).

20. Стратегия ценообразования в банке (на примере стратегии конкретного банка).

21. Формирование цены на различных стадиях жизненного цикла продукта (услуги) банка (на конкретном примере).

22. Современные тенденции и методы распространения банковских продуктов (услуг).

23. Особенности использования каналов товародвижения для сбыта продуктов (услуг) банка (на конкретном примере).

24. Система управления взаимоотношениями банка со своими клиентами (на примере конкретного банка).

25. Планирование сбытовой деятельности банка (на примере конкретного банка).

26. Постановка целей и задач маркетинговых коммуникаций банка (на конкретном примере).

27. Особенности разработки программы маркетинговых коммуникаций банка.

28. Планирование банком рекламных мероприятий и оценка их эффективности (на конкретном примере).

29. Планирование и проведение PR-мероприятий банком (на конкретном примере).

30. Процесс формирования бренда банка (на примере создания успешных брендов известных банков).

5.3. Формы и содержание рубежного контроля

Рубежный и промежуточный контроль освоения студентом дисциплины осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы. Распределение баллов в соответствии с действующим Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов КБГУ приведено в таблице 7.

Таблица 7

Распределение баллов в соответствии с действующим Положением о балльно-рейтинговой системе

№ рейтинговой точки	Коллоквиум	Лаб.практикум	Посещаемость	Тестирование	Итого
1	7	8	3	5	23
2	7	8	3	5	23
3	7	8	4	5	24

Таблица 8

Критерии оценки

Вид мероприятия	Критерии оценки	Баллы
Коллоквиум (устный опрос по теме)	- ясность, четкость и доказательность изложения ответов на вопросы; - владение специальными терминами; - системность знаний по тематике	0-21 балл
Лабораторное занятие	- понимание цели и задач работы - выполнение заданий и обработка результатов - отчет и защита лабораторной работы	0-24 балла
Компьютерное тестирование по разделам дисциплины	Результаты тестирования (Количество баллов = 5*φ, φ - доля правильно отвеченных тестов по теме).	0-15 баллов
Посещение занятий	При более 3 пропусках без уважительной причины занятий аннулируются баллы	0-10 баллов
Зачет	ясность, четкость и доказательность изложения ответов на вопросы; - владение специальными терминами; - системность знаний по тематике дисциплины в целом	0-30 баллов
Итоговая оценка		0-100 баллов

Вопросы, выносимые на зачет (контролируемые компетенции ОК-3, ОПК-4, ПК-18)

- 1) Дайте определение понятия «банковский маркетинг» как концепции рыночного управления и концепции «партнерских отношений». Назовите основные цели и задачи банковского маркетинга.
- 2) В чем социально-экономическая роль и сущность банковского маркетинга?
- 3) Дайте характеристику маркетинговых целей банка по обеспечению его выживания и развития.
- 4) Охарактеризуйте основные задачи и принципы маркетинговой деятельности банка.
- 5) Назовите основные маркетинговые стратегии банка и критерии их выбора в зависимости от положения банка на рынке финансовых продуктов (услуг)
- 6) Охарактеризуйте понятие «маркетинговая информационная система» (МИС) банка и ее составные части.
- 7) Дайте характеристику источников и каналов поступления информации в маркетинговую информационную систему (МИС) банка.
- 8) Какие методы сбора и анализа маркетинговой информации используются для формирования МИС банка.
- 9) Опишите процесс и содержание этапов маркетингового исследования рынка банковских продуктов (услуг).
- 10) В чем особенности сегментирования рынка банковских продуктов (услуг)? Каковы критерии выбора банком целевых сегментов рынка?
- 11) В чем состоит деятельность по позиционированию продуктов (услуг) банка.
- 12) Разъясните понятие комплекса банковского маркетинга. Дайте характеристику его элементов и их взаимосвязи.
- 13) Приведите классификацию банковских продуктов (услуг).
- 14) Охарактеризуйте концепцию жизненного цикла товара (ЖЦТ), ее роль в формировании «продуктового портфеля» банка.
- 15) В чем состоит принцип рационального обновления ассортимента банковских продуктов (услуг)?
- 16) В чем особенности внедрения на рынок нового продукта (услуги) банка?
- 17) Каковы основные методы (инструменты) анализа эффективности товарно-продуктовой (ассортиментной) политики банка?
- 18) Какова роль ценовой политики в комплексе банковского маркетинга?
- 19) В чем особенности процесса ценообразования на рынке банковских продуктов (услуг)?
- 20) Назовите принципы и основные методы ценообразования на продукты (услуги) банка.
- 21) Какие факторы влияют на уровень цен (тарифов) банковских продуктов (услуг)?
- 22) Какова связь цен (тарифов) со стадиями жизненного цикла банковских продуктов (услуг)?
- 23) Охарактеризуйте стратегии ценообразования на продукты (услуги) банка. Приведите примеры ценовых стратегий.
- 24) Определите сущность и цели политики распространения в комплексе банковского маркетинга.
- 25) Назовите современные тенденции развития системы распространения банковских продуктов (услуг).
- 26) Каковы основные стратегии и методы распространения банковских продуктов (услуг)?

- 27) Какие задачи решает банк в процессе разработки и реализации своей сбытовой стратегии?
- 28) Каковы особенности планирования сбытовой деятельности банка?
- 29) Дайте характеристику системы управления взаимоотношениями банка со своими клиентами.
- 30) Дайте определение маркетинговых коммуникаций.
- 31) Каковы цели и задачи маркетинговых коммуникаций банка?
- 32) Какие основные элементы входят в коммуникационную политику банка?
- 33) Раскройте понятие рекламы. В чем особенности планирования банком рекламных мероприятий?
- 34) Каковы основные объекты PR-деятельности банка?
- 35) В чем особенности, цели и задачи проведения банком PR-мероприятий?
- 36) Определите сущность, цели, средства и методы стимулирования сбыта продуктов (услуг) банка
- 37) Назовите сущность и основные виды контроля в банковском маркетинге.
- 38) Что такое контролинг в чем его отличие от контроля маркетинговой деятельности банка?
- 39) Что такое ревизия маркетинга банка?
- 40) Определите цели и задачи контроля за эффективностью маркетинговой деятельности банка.
- 41) В чем особенность стратегического контроля эффективности маркетинговой деятельности банка? Каковы основные показатели стратегического контроля эффективности маркетинга банка?
- 42) Каковы основные показатели текущего контроля эффективности маркетинга банка?
- 43) Определите понятие «служба маркетинга банка».
- 44) В чем особенности организации маркетинговой деятельности в банке?
- 45) Какова роль специализированного маркетингового подразделения банка (управления, дирекции, отдела)?
- 46) Каковы основные задачи и функции специализированного маркетингового подразделения и других служб банка, связанных по роду своей деятельности с управлением спросом на банковские продукты (услуги)?
- 47) Какие требования предъявляются к работникам маркетинговых подразделений банка с точки зрения их знаний, навыков, умений?
- 48) В чем заключаются достоинства и недостатки функциональной, продуктовой и матричной организационных структур управления маркетингом банка?

Критерии формирования оценок по промежуточной аттестации

«зачтено» – получают обучающиеся, которые относительно полно ориентируются в материале, отвечают без затруднений, допускают незначительное количество ошибок. Обучающийся способен к выполнению сложных заданий. Работа выполнена полностью, но имеются не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Допускаются незначительные неточности при решении задач, решено 70% задач;

«не зачтено» – получают обучающиеся, которые допускают значительные ошибки. Обучающийся имеет лишь начальную степень ориентации в материале. В работе число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы. Обучающийся дает неверную оценку ситуации, решено менее 50% задач.

Методические рекомендации для подготовки к зачету

Зачет в 7-м семестре является формой итогового контроля знаний и умений студентов по данной дисциплине, полученных на лекциях, лабораторных занятиях и в процессе самостоятельной работы. К зачету допускаются студенты, набравшие не менее 36 баллов по итогам текущего и промежуточного контроля. Студенты, набравшие более 61 балла по итогам промежуточного и текущего контроля имеют право на получение зачета автоматом. На зачете студент может набрать от 15 до 30 баллов.

В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка студента к зачету включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на зачетные вопросы.

При подготовке к зачету студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

На зачет выносятся материалы в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачет проводится в устной форме.

При проведении зачета в письменной (устной) форме ведущий преподаватель составляет зачетные билеты, которые включают в себя: тестовые задания; теоретические задания; задачи или ситуации. Формулировка теоретических заданий совпадает с формулировкой перечня зачетных вопросов, доведенного до сведения студентов накануне зачетной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

В аудитории, где проводится устный зачет, должно одновременно находиться не более шести студентов на одного преподавателя, принимающего зачет. На подготовку ответа на билет на зачете отводится 20 минут.

При проведении письменного зачета на работу отводится 60 минут.

Результат устного зачета выражается оценками «зачтено» и «не зачтено», дифференцированного устного зачета – оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «зачтено» выставляется, если студент показал при ответе на зачетные вопросы знание основных положений учебной дисциплины, допустил отдельные погрешности и сумел устранить их с помощью преподавателя; знаком с основной литературой, рекомендованной рабочей программой.

Оценка «не зачтено» выставляется, если при ответе на зачетные вопросы выявились существенные пробелы в знании основных положений учебной дисциплины, неумение студента даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы билета.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общий балл текущего и рубежного контроля складывается из следующих составляющих (приложение). Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины в 7 семестре является зачет. Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися. Типовые задания, обеспечивающие формирование компетенции *ОК-3, ОПК-4, ПК-18* представлены в

Результаты освоения формирования, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала, обеспечивающие формирование компетенций
ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия и концепции банковского маркетинга; • специфические особенности банковского маркетинга; • цели и задачи банковского маркетинга; • состав и содержание комплекса банковского маркетинга; 	Типовые оценочные материалы для устного опроса, тесты, тематика самостоятельной работы работы (раздел 5)
ОПК-4 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ставить стратегические маркетинговые цели и задачи; • осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии банка на основе передовых исследовательских технологий; • составлять стратегический и тактический планы маркетинговой работы банка; • управлять комплексом маркетинга банка; • осуществлять контроль за эффективностью реализации маркетинговых планов и мероприятий банка. 	Типовые оценочные материалы для устного опроса, тесты, тематика самостоятельной работы работы (раздел 5)
ПК- 18 способность принимать участие в организации ИТ-инфраструктуры и управлении информационной безопасностью.	<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понятийным аппаратом в области банковского маркетинга; • навыками применения современного маркетингового инструментария для решения задач банковского маркетинга; • методиками проведения маркетинговых исследований для обоснования комплекса маркетинга банка; а также навыками самостоятельной разработки маркетингового плана; • методами анализа результатов маркетинговой работы банка. 	Типовые оценочные материалы для устного опроса, тесты, тематика самостоятельной работы работы (раздел 5)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Нормативно-правовая база

1. Федеральный Закон от 27.06.2002 №86-ФЗ «О Центральном банке РФ»
2. Закон РФ от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности»
3. Федеральный закон РФ от 23.12.2003 №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в коммерческих банках» с изм. и доп.

7.2. Основная литература

1. Кушу, С. О. Банковский менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / С. О. Кушу. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 72 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64314.html>
2. Банковский менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Е.Ф. Жуков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71185.html>. — ЭБС «IPRbooks»
3. Дём О.Д. Банковский менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дём О.Д., Варивода Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67614.html>. — ЭБС «IPRbooks»

7.3. Дополнительная литература

1. Марасанов, Г. И. Тренинги продажи банковских услуг [Электронный ресурс] : способы и приемы проведения / Г. И. Марасанов, Н. А. Минина, М. Ю. Семилетова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Когито-Центр, 2007. — 220 с. — 978-5-89353-182-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3851.html>
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 197 с. — 978-5-222-18945-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>
3. Банковское дело. Управление и технологии [Электронный ресурс] : учебник / ред. А. М. Тавасиева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 671 с. — 978-5-238-02229-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7035.html>

7.4. Периодические издания (газета, вестник, бюллетень, журнал)

1. «Маркетинг и маркетинговые исследования в России»;

7.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.elitarium.ru> (Автор: Баринов В.А., доктор экономических наук, профессор кафедры государственного управления и менеджмента Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова)
2. <http://ecsocman.hse.ru/> - Образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент».
3. www.bankir.ru
4. www.cbr.ru
5. <http://www.consultant.ru/> - Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных).
6. <http://blog.brandaid.ru>

7. www.rdw.ru
8. ГАРАНТ.РУ. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru> , свободный. – Загл. с экрана;

7.6. Современные профессиональные базы данных

1. База данных Science Index (РИНЦ) <http://elibrary.ru>
2. Национальная электронная библиотека РГБ <https://нэб.рф>
3. Крупнейшая единая база данных, содержащая аннотации и информацию о цитируемости рецензируемой научной литературы, со встроенными инструментами отслеживания, анализа и визуализации данных. www.scopus.com

7.7. Методические указания по проведению различных учебных занятий и другим видам самостоятельной работы

Методические рекомендации по изучению дисциплины для обучающихся

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят доклады и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий

Курс изучается на лекциях, лабораторных занятиях, при самостоятельной и индивидуальной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к лабораторным занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к лабораторным занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованной литературы приведены в рабочей программе

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В процессе лекционных занятий целесообразно конспектировать учебный материал. Для этого используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций.

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные

карандаши и фломастеры.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому обучающемуся необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

Методические рекомендации по подготовке к лабораторным занятиям

Лабораторные занятия – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии обучающихся. Лабораторные занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы обучающихся. Целью лабораторных занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к лабораторному занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся – способ активного, целенаправленного приобретения обучающимися новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль обучающихся в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит обучающихся к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

- Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);

- Выполнение разноуровневых заданий;
- Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- Выполнение итоговой контрольной работы.

Обучающимся рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса обучающийся может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа обучающихся предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости обучающийся может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы обучающихся и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Обучающийся может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Обучающийся имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде обучающийся имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет обучающемуся своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающимся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения: чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

- медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
- выделить ключевые слова в тексте;
- постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к зачету должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для проведения лекционных занятий с компьютерной поддержкой требуется наличие аудитории с проекционным оборудованием, также при изучении дисциплины «Банковский маркетинг» предполагается использование интерактивной доски.

Во время самостоятельной работы студенты используют компьютерные классы института информатики, электроники и компьютерных технологий, электронные читальные залы КБГУ и домашние компьютеры.

Для проведения лабораторных с компьютерной поддержкой используются компьютерные классы института информатики, электроники и компьютерных технологий.

При проведении занятий лекционного типа используются:

лицензионное программное обеспечение:

- Продукты Microsoft (Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription);
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition;
 - AltLinux (Альт Образование 8);
- свободно распространяемые программы:
- WinZip для Windows – программ для сжатия и распаковки файлов;
 - Adobe Reader для Windows – программа для чтения PDF файлов;
 - Far Manager – консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):
 - присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ не визуального доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями зрения;
 - задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;
 - письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):
 - на зачете/экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
 - зачет/экзамен проводится в письменной форме;
4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента экзамен проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа:

одобрена на 2018/2019 учебный год. Протокол №_____ заседания кафедры

В рабочую программу внесены следующие изменения:

1. В части раздела «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»

Разработчик программы _____

Зав.кафедрой _____

Одобрена на 2019/2020 учебный год. Протокол №_____ заседания кафедры

В рабочую программу внесены следующие изменения:

1. В части раздела «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
2. В части УП в связи с утверждением Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Минобрнауки №301 от 05.04.2017 г.)

Разработчик программы _____

Зав.кафедрой _____

Одобрена на 2020/2021 учебный год. Протокол №_____ заседания кафедры

от «____» _____ 20__ г.

В рабочую программу внесены следующие изменения:

Распределение баллов текущего и рубежного контроля

№п/п	Вид контроля	Сумма баллов			
		Общая сумма	1-я точка	2-я точка	3-я точка
1	Посещение занятий	до 10 баллов	до 3 б.	до 3б.	до 4б.
2	Текущий контроль:	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
3	Рубежный контроль (тестирование и коллоквиум)	до 30 баллов	до 10 б.	до 10 б.	до 10 б.
4	Итого сумма текущего и рубежного контроля	до 70 баллов	до 23б	до 23 б	до 24 б