

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ
И ТЕХНОЛОГИЙ
(Научная карьера)**

Методические указания
к практическим занятиям
для студентов всех форм обучения
направления подготовки 38.04.08 Финансы и кредит,
профиль «Банки и банковское дело»

Севастополь
СевГУ
2020

УДК 336.71
С56

Р е ц е н з е н т ы:

Т.М. Одинцова - к.э.н., зав. кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Н.В. Алесина - к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Составитель: Вожжов С.П.

С56 Современные направления развития банковских продуктов и технологий: методические указания к практическим занятиям для студентов всех форм обучения направления подготовки 38.04.08 «Финансы и кредит», профиль «Банки и банковское дело» / С.П. Вожжов ; М-во науки и высшего образования РФ, Севастопольский государственный университет, Ин-т финансов, экономики и управления. – Севастополь: СевГУ, 2020. – 20 с. – Текст : непосредственный.

Целью методических указаний является обеспечение студентов необходимыми материалами и рекомендациями для практических занятий по дисциплине «Современные направления развития банковских продуктов и технологий».

УДК 336.71

Методические рекомендации рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Финансы и кредит», протокол № 14 от 07 июня 2019 г.

Допущено учебно-методическим центром СевГУ в качестве методических указаний

Изд. № 8/2020. Объем 1,25 п.л.
РИИЦМ ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

© Вожжов С.П., 2020
© ФГАОУ ВО «Севастопольский
государственный университет», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Содержание дисциплины	6
3. Задания для практических занятий	8
<i>Практическое занятие 1. Теоретические аспекты сущности и содержания банковских продуктов, услуг и технологий, направления их развития</i>	8
<i>Практическое занятие 2. Процесс создания банковского продукта или услуги</i>	9
<i>Практическое занятие 3. Продвижение банковских продуктов и услуг на рынке</i>	10
<i>Практическое занятие 4. Конкуренция и конкурентоспособность банковских продуктов и услуг</i>	11
<i>Практическое занятие 5. Новые методы и модели партнерства и организации продвижения банковских продуктов на рынке как способ удержания конкурентных позиций современного банка</i>	12
<i>Практическое занятие 6. Банковские продукты и особенности ценообразование на них</i>	13
<i>Практическое занятие 7. Современные технологии и коммуникации банковских продуктов</i>	15
4. Основная и дополнительная литература	17
5. Список вопросов для подготовки к зачету	18
6. Критерии оценки знаний по дисциплине	19
7. Темы докладов	20

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины «Современные направления развития банковских продуктов и технологий» является формирование знаний слушателей необходимых для самостоятельного исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры финансового рынка, в контексте разработки новых банковских продуктов и услуг или их совершенствования.

Задачи дисциплины:

- дать студентам необходимые теоретические знания в области разработки и внедрения банковских продуктов, услуг и технологий, оценки их ценовых параметров, обеспечивающих конкурентоспособность;
- развить навыки применения студентами теоретических знаний в части анализа конъюнктуры рынка банковских продуктов и услуг на практике;
- сформировать у студентов способность принимать взвешенные решения в области продуктовой и тарифной политики, направленные на обеспечение конкурентоспособности, эффективной деятельности и надежности банка;
- развить способность осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по различным аспектам банковской деятельности, связанной с современными продуктами, услугами и технологиями.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы приведен в таблице 1.1.

Дисциплина «Современные направления развития банковских продуктов и технологий» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока дисциплин Профессионального цикла по направлению подготовки 38.04.08 «Финансы и кредит» (квалификация «магистр») для программы «Банки и банковская деятельность».

Дисциплина обеспечивает развитие и специализацию знаний, умений и навыков, сформированных в ходе изучения дисциплин общенаучного цикла. Данный курс предназначен как для студентов, которые обучались по программе бакалавра в ФГБОУ ВПО «Севастопольский государственный университет», так и для студентов, которые получили степень бакалавра в других вузах и поступили в магистратуру СГУ.

Таблица 1.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код Компетенции по ФГОС ВПО	Компетенция	Компоненты компетенции		
		Владения	Умения	Знания
ПК-18	способность осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций	Владение навыками использования инновационных технологий в разработке и реализации современных банковских продуктов и услуг для обеспечения конкурентных преимуществ банка.	Умение анализировать и оценивать конкурентоспособность банка, его конкурентные преимущества на рынке банковских продуктов и технологий; совершенствовать существующие продукты и/или создавать (проектировать) новые с использованием имеющихся технологий инновационного характера.	Знание: современных методов ценообразования на банковские продукты и услуги; методов анализа и оценки эффективности продуктовой политики банка; результатов новейших исследований в области банковских технологий инновационного характера.
ПК-20	способность осуществлять разработку теоретических и новых эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной финансовой деятельности в области финансов и кредита, давать оценку и интерпретировать полученные в ходе исследования результаты	Владение навыками анализа и планирования современных банковских продуктов и услуг по ассортименту и количеству, обеспечивая ассортиментную гибкость продуктового ряда.	Умение анализировать и использовать различные источники информации для проведения финансово-экономических расчетов. Умение применять современные инструментальные средства для проведения объективной оценки и мониторинга рынка банковских продуктов, услуг и современных технологий их доставки	Знание всего спектра современных банковских продуктов, услуг и технологий; особенностей продвижения банковских продуктов и услуг на рынке; особенностей анализа и оценки эффективности продуктовой политики банка;

Изучение дисциплины «Современные направления развития банковских продуктов и технологий» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении следующих дисциплин:

- деньги, кредит, банки;
- финансовый рынок;
- маркетинг;
- банковская система;
- анализ банковской деятельности.

Дисциплины, которые изучаются параллельно и имеют связь планируемых результатов обучения: «Актуальные проблемы банковского менеджмента», «Правовое регулирование банковской деятельности».

Для успешного освоения дисциплины «Современные направления развития банковских продуктов и технологий» необходимо в рамках других дисциплин предварительно сформировать следующие компетенции:

- способность ориентироваться в правовых вопросах сферы профессиональной деятельности;
- способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов и рисков;
- способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины включает следующие темы:

Тема 1. Теоретические аспекты сущности и содержания банковских продуктов, услуг и технологий, направления их развития.

Понятие «банковская триада»: банковская операция, банковская услуга, банковский продукт. Виды банковских продуктов. Интегрированные финансовые продукты как новая форма банковского продукта. Роль инновационных технологий в разработке и реализации современных банковских продуктов, услуг для обеспечения конкурентных преимуществ.

Тема 2. Процесс создания банковского продукта или услуги.

Основные мотивы разработки и внедрение банком новых продуктов (услуг): сохранения лидерских позиций на финансовом рынке; «захват» новых рынков или сохранение своей доли на старых; диверсификация деятельности. Этапы создания нового банковского продукта: формирование концепции создания нового продукта или услуги; проектирование продукта (услуги); внедрение и продвижение на рынке продукта (услуги); анализ полученного эффекта от внедрения нового продукта (услуги).

Тема 3. Продвижение банковских продуктов на рынке.

Понятие системы сбыта банковских продуктов и услуг. Дистанционное банковское обслуживание. Сбытовые каналы продуктов и услуг.

Загруженность банковских мощностей в зависимости от вида продуктов и услуг. Основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке.

Тема 4. Конкуренция и конкурентоспособность банковских продуктов и услуг.

Основные формы банковской конкуренции. Факторы, влияющие на уровень банковской конкуренции. Стратегии достижения лидерства банка: стратегия операционного совершенства, стратегия лидерства продукта, стратегия доверительных отношений с клиентами. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг. Новые условия конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг.

Тема 5. Новые методы и модели партнерства и организации продвижения банковских продуктов на рынке как способ удержания конкурентных позиций современного банка.

Привлечение клиентов на ранней стадии проектирования банковского продукта. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий продвижения их на рынке. Удалённые каналы взаимодействия с клиентами: онлайн-банкинг, SMS-сервис «Мобильный банк», терминалы самообслуживания, продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка.

Тема 6. Банковские продукты и ценообразование на них.

Планирование банковских продуктов и услуг по ассортименту и количеству. Ассортиментная гибкость, способы ее реализации. Использование принципа пакетирования банковских услуг. Методы ценообразования. Ценовая и продуктовая политика банка. Объекты ценовой политики: тарифы, процентные ставки, премии, скидки, минимальные размеры вкладов, условия досрочного расторжения договора срочного вклада и т.п.

Тема 7. Современные технологии и коммуникации банковских продуктов.

Содержание коммуникационной политики банка и ее инструменты. Развитие финансовых технологий и их влияние на банковскую сферу деятельности, в контексте создания инновационных продуктов, процессов и услуг. Основные факторы и принципы формирования эффективной коммуникационной политики банка.

3. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие № 1.

Теоретические аспекты сущности и содержания банковских продуктов, услуг и технологий, направления их развития

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области теории банковских продуктов, услуг, технологий и их роли в обеспечении эффективной деятельности банка в современных условиях.

Входной контроль

Теоретическая часть.

1. Какие банковские операции и сделки имеет право осуществлять банк с универсальной лицензией?
2. Чем банк с базовой лицензией отличается от банка с универсальной лицензией в контексте разрешенных банковских операций и сделок?
3. Банковские операции и сделки, перечень запрещенных видов деятельности.

Практическая часть.

Банком принимаются срочные вклады на 5 месяцев по ставке 6,75 % годовых, с возможностью пополнения вклада, с ежемесячной выплатой процентов.

Клиент банка 20.01.20XX г. (год высокосный) внес вклад в размере 560 000 руб. Затем, по счету были произведены следующие изменения:

27.02.20XX г. – довнесено 150 000 руб.;

08.04.20XX г. – довнесено 120 000 руб.;

Ваша задача - определить:

- 1) величину начисленных и выплаченных процентов по вкладу по месяцам;
- 2) сумму средств, выданную банком клиенту при закрытии счета (учесть, что проценты клиент получал в банке ежемесячно, а проценты за последний месяц были получены клиентом при закрытии счета).

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Понятие «банковская триада»: банковская операция, банковская услуга, банковский продукт – взаимосвязь и отличительные особенности.
2. Определение банковской операции как технического, технологического, финансового, интеллектуального или профессионального действия банка. Основные виды банковских операций.
3. Банковская услуга: условия предоставления, основы формирования и основные виды банковских услуг.

4. Понятие банковский продукт. Банковский продукт как симбиоз банковских операций и услуг.

5. Структура и виды банковских продуктов.

6. Интегрированные финансовые продукты как новая форма банковских продуктов.

7. Свойства банковского продукта (услуги): неосязаемость; непостоянство качества: невозможность хранения и накопления.

8. Формирование имиджа банковского продукта и воздействие на него различных факторов: имиджа банка, качества продуктов, рейтинга банковских продуктов.

Практическое занятие № 2.

Процесс создания банковского продукта или услуги

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области создания новых банковских продуктов, услуг и технологий, их проектирования и продвижения на рынке.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Процесс создания банковского продукта: обоснование проекта, участники проекта и их взаимодействие.

2. Этапы создания (проектирования) банковского продукта (услуги).

Характеристика и анализ каждого из этапов:

1-й этап – поиск идеи создания банковского продукта (услуги).

2-й этап – процесс создание банковской услуги (продукта).

3-й этап – внедрение банковской услуги (продукта).

4-й этап – анализ результатов внедрения новой услуги (продукта).

3. Мультиатрибутивная модель продукта: свойства и атрибуты. Современная модификация и оптимизация модели (проекта) банковского продукта (услуги). Создание паспорта продукта.

4. Жизненный цикл банковского продукта (услуги): понятие и этапы (этап внедрения; этап роста; этап зрелости; этап спада).

5. Оптимизация модели (проекта) банковского продукта (услуги).

6. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.

Групповое задание.

Деловая ситуация: «Старый (депозитный) продукт (на последнем этапе жизненного цикла) банк размещает на новом сегменте регионального рынка». Определить жизненный цикл данного продукта в новых условиях:

1) при наличии аналогов, предлагаемых местными банками-конкурентами, но с учетом различных каналов сбыта;

2) при отсутствии подобного продукта на рынке, но с учетом его последнего этапа жизненного цикла.

Индивидуальное задание.

Рассмотреть мультиатрибутивную модель на примере банковского продукта (банк и продукт выбирается самостоятельно).

Темы докладов:

1. «Плюсы» и «минусы» зарплатной модели для ее участников.
2. Использование «портфельного» подхода при реализации зарплатной модели карточного бизнеса.

Практическое занятие № 3.**Продвижение банковских продуктов на рынке**

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области рынка банковских продуктов и услуг, как составной части национального финансового рынка, и системы их продвижения/сбыта.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Понятие системы сбыта банковских продуктов и услуг.
2. Рынок банковских услуг и продуктов как составная часть национального финансового рынка: тенденции и факторы его развития.
3. Дистанционное банковское обслуживание. Сбытовые каналы продуктов и услуг.
4. Сегментация рынка банковских услуг и продуктов: принципы и подходы.
5. Этапы сегментации рынка. Критерии сегментации рынка.
6. Признаки сегментации рынка. Методы сегментации рынка.
7. Характеристика выделенных сегментов рынка.

Групповое задание.

1. Деловая ситуация: «Коммерческий банк готовится выйти на новый рынок (в новый регион)». Провести и обосновать сегментацию регионального рынка банковских услуг и продуктов и дать характеристику отдельным его сегментам. Обосновать возможность его изменения под воздействием внешних и внутренних факторов (на примере российского региона).
2. Выполнить маркетинговое исследование: «Портрет клиента банка» по методу «фокус-групп». Задание выполняют магистранты, предварительно разделенными на две группы (по гендерному типу), на основе анкетирования и с учетом разработанной дорожной карты проведения маркетингового исследования. Оформляется в виде презентации.

Индивидуальное задание.

Провести анализ рынка банковских услуг и продуктов (любого региона)

России). Определить тенденции и факторы его развития. Оформляется в виде презентации.

Темы докладов:

1. Виртуализация (цифровизация) банкинга.
2. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.

Практическое занятие № 4.

Конкуренция и конкурентоспособность банковских продуктов и услуг

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области конкурентоспособности банковских продуктов и услуг с учетом новых условий конкуренции на рынке.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Основные формы банковской конкуренции и факторы, на нее влияющие.
2. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг.
3. Новые условия конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг.
4. Стратегии достижения лидерства банка: стратегия операционного совершенства и стратегия лидерства продукта.
5. Стратегия доверительных отношений с клиентами как стратегии достижения лидерства банка.
6. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг.
7. Государственная политика и государственное регулирование банковской конкуренции.

Групповое задание.

Деловая ситуация: «Банковский бренд: место в сознании реальных и потенциальных потребителей банковских услуг и продуктов». Обосновать стратегические и тактические задачи банковского брендинга на конкретных примерах. Составить рейтинг банковских брендов.

Индивидуальное задание.

Рассмотреть условия формирования современной банковской конкуренции в России и за рубежом: «ценовые» и «неценовые компоненты». Оценить влияние государственного регулирования на поддержание здоровой конкуренции на банковском сегменте финансового рынка.

Темы докладов:

1. «Кэш-менеджмент».
2. Сотрудничество банков и страховых организаций.

Практическое занятие № 5.

Новые методы и модели партнерства и организации продвижения банковских продуктов на рынке как способ удержания конкурентных позиций современного банка

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области методов и моделей партнерства при организации продвижения банковских продуктов на рынке в контексте удержания конкурентных позиций банка.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Клиенты банка: понятие и основные признаки. Характеристика типов клиентов банка.
2. Принципы взаимоотношений банка с клиентами.
3. Основные формы взаимоотношения банка и клиентов: клиентская база формируется банком; партнерские взаимоотношения банка и клиентов; отношения, формируемые в ходе конкурентной борьбы между банками.
4. Программа лояльности клиента.
5. Тенденции развития взаимоотношений банка с клиентами.
6. Привлечение клиентов на ранней стадии проектирования банковского продукта.
7. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий продвижения их на рынке.
8. Удалённые каналы взаимодействия с клиентами: онлайн-банкинг, SMS-сервис «Мобильный банк», терминалы самообслуживания, продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика».
9. Банковский бренд: роль и значение в повышении конкурентных преимуществ банка. Управление банковским брендом.

Групповое задание

Деловая ситуация: «Мобильный банк – это простой и удобный sms-сервис, позволяющий получать информацию обо всех операциях по картам, а также совершать платежи, переводы и другие операции с помощью мобильного телефона в любое время и в любом месте». Рассмотрите с позиции сегментации клиентов – физических лиц: по возрастному признаку, социальной принадлежности, уровню доходов и др. степень востребованности этого продукта на российском рынке.

Индивидуальное задание

Рассмотреть контент-маркетинг и его роль в процессе создания и продвижения банковских продуктов (услуг) на рынке. Оценить его преимущество и недостатки по сравнению с другими методами

формирования взаимоотношений с клиентами. Оформляется в виде презентации.

Темы докладов:

1. Система быстрых платежей Банка России: сущность, содержание и перспективы ее развития.
2. Возможности и риски развития Интернет-банкинга.
3. Целесообразность кобрендинга при разработке банковских продуктов.

Практическое занятие № 6. Банковские продукты и ценообразование на них

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области методов ценообразования на банковские продукты и услуги всего их ассортиментного ряда и особенностей ценообразования по депозитным и кредитным продуктам в условиях конкурентного рынка.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Планирование банковских продуктов и услуг по ассортименту и количеству.
2. Ассортиментная гибкость, способы ее реализации.
3. Методы ценообразования. Ценовая и продуктовая политика банка.
4. Объекты ценовой политики: тарифы, процентные ставки, премии, скидки, минимальные размеры вкладов, условия досрочного расторжения договора срочного вклада и т.п.
5. Использование принципа пакетирования банковских услуг.
6. Какие факторы позволяют банкам использовать ценовую политику в конкурентной борьбе?
7. Какие факторы влияют на уровень цен на банковские продукты и услуги?
8. В чем сущность ценовой стратегии банка и какие виды стратегий Вам известны?
9. Какие методы ценообразования используют банки на практике?
10. Раскройте сущность затратного и конкурентного методов ценообразования.
11. Раскройте сущность метода ценообразования на основе спроса и на основе рисков.
12. В чем сущность ценовой дискриминации в банковской практике?

Задание.

Банк испытывает потребность в долгосрочных ресурсах для кредитования инвестиционных проектов. С целью привлечения средств населения необходимы новые виды вкладов сроком свыше одного года.

Разработайте три вида долгосрочных вкладов:

- для VIP- клиентов,
- для пенсионеров;
- для других вкладчиков.

Определите первоначальную сумму вноса, срок, порядок пополнения и частичного снятия вклада, порядок начисления, выплаты процентов и досрочного расторжения депозитного договора. Условия по новым видам вклада должны быть конкурентными на региональном рынке.

Тесты:

1. Предметом ценовой политики являются:

- а) тарифы на услуги;
- б) размер штрафов и комиссий по договорам;
- в) величина валютной позиции;
- г) себестоимость банковского продукта.

2. Процентные ставки в банках могут быть:

- а) плавающими;
- б) лимитированными;
- в) дифференцированными;
- г) все ответы верны.

3. Какая стратегия ценообразования предполагает за счет уникальности продукта зарабатывать высокие доходы?

- а) стратегия «ориентация на лидера»;
- б) стратегия «ценового ассортимента»;
- в) стратегия «дифференцированных цен»;
- г) свой вариант ответа.

4. Какая стратегия предполагает вхождение и завоевание доли на конкурентном рынке:

- а) стратегия «ориентация на ведущего»;
- б) стратегия «ценового ассортимента»;
- в) стратегия «дифференцированных цен»;
- г) стратегия «низких цен».

5. Какая стратегия ценообразования предполагает от банка правильного выбора эталона продукта для сравнения:

- а) стратегия «снятия сливок»;
- б) стратегия «ценового ассортимента»;
- в) стратегия «ориентация на лидера»;
- г) нет правильного ответа.

6. Какой метод ценообразования учитывает минимальную цену безубыточной реализации продуктов и услуг:

- а) метод ценового спроса;
- б) затратный метод;
- в) ориентация на рынок;
- г) подход на основе рисков;
- д) конкурентный метод.

7. Какой из методов ценообразования основан на упрощенной формуле «затраты +прибыль»:

- а) метод ценового спроса;
- б) метод ценностей отношений с клиентом;
- в) конкурентный метод;
- г) затратный метод;
- д) метод на основе рисков.

Темы докладов:

1. Базовые принципы и процесс бэнчмаркинга, в контексте создания и внедрения банковских продуктов, услуг и технологий.

2. Проблемы и перспективы развития онлайн-банкинга и современные телекоммуникационные системы.

3. Мониторинг банком рыночной ситуации с целью выявления конъюнктурных изменений и рыночных тенденций спроса на банковские продукты/услуги.

Практическое занятие № 7.

Современные технологии и коммуникации банковских продуктов

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области коммуникационной политики банка, рекламы банковских услуг, принципов формирования эффективной коммуникационной политики банка и организационных аспектов банковского маркетинга.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

- 1. Содержание коммуникационной политики банка и ее инструменты.
- 2. Развитие финансовых технологий и их влияние на банковскую сферу деятельности, в контексте создания инновационных продуктов, процессов и услуг.
- 3. Основные факторы и принципы формирования эффективной коммуникационной политики банка.

Темы докладов:

1. Разработка и внедрение современных банковских услуг как фактор обеспечения конкурентоспособности банка.

2. Кобрендинг или «совместный брендинг»: сущность, содержание, особенности и целесообразность использования при создании новых банковских продуктов.

3. Конкуренция банков с кредитными организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки современных продуктов на основе технологий «Финтех».

4. Риски легализации доходов и финансирования терроризма при использовании современных банковских продуктов и услуг.

5. Аспекты ценовой политики при создании банковского продукта: процентные ставки, тарифы, премии, скидки, минимальный размер пополнения вклада и др.

4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Таблица 4.1 – Основная и дополнительная литература

№	Наименование и полное библиографическое описание	Количество экземпляров
Основная литература		
1	Исаев, Р. А. Секреты успешных банков: бизнес-процессы и технологии : пособие / Р. А. Исаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 222 с. — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/987749	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
2	Исаев, Р. А. Банк 3.0: стратегии, бизнес-процессы, инновации : монография / Р. А. Исаев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 161 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/18652 . — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/933936	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
3	Синяевой, И. М. Маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. И. М. Синяевой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. — 368 с.: 60х90 1/16. — ISBN 978-5-9558-0419-4. — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/501125	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
Дополнительная литература		
1	Шмонин, А. В. Банковские технологии и преступность: [монография] / А. В. Шмонин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 303 с. — ISBN 978-5-238-00937-2. — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1028820	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
2	Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 319 с. — (Учебники для программы МВА). — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1020015	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
3	Исаев, Р. А. Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг. В 2 томах. Том 1 / Р. А. Исаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 286 с. — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/953150	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
4	Липсиц, И. В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке / Липсиц И. В. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2004. — 176 с.: 60х90 1/16. — ISBN 978-5-9776-0417-8. — Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/548423	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>

5. СПИСОК ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие «банковская триада»: банковская операция, банковская услуга, банковский продукт – взаимосвязь и отличительные особенности.
2. Основные мотивы разработки и внедрение банком новых продуктов, технологий и услуг.
3. Конкуренция банков с финансовыми организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки современных продуктов на основе технологий «Финтех».
4. Банковская услуга: условия предоставления, основы формирования и основные виды банковских услуг.
5. Понятие банковский продукт. Банковский продукт как симбиоз банковских операций и услуг.
6. Интегрированные финансовые продукты как новая форма банковских продуктов.
7. Формирование имиджа банковского продукта и воздействие на него различных факторов: имиджа банка, качества продуктов, рейтинга банковских продуктов.
8. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
9. Понятие рынка банковских услуг и продуктов и его особенности.
10. Рынок банковских услуг и продуктов как составная часть национального финансового рынка: тенденции и факторы его развития.
11. Сегментация рынка банковских услуг и продуктов: принципы и подходы.
12. Основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке.
13. Концепция «поиска наиболее выгодных (или новых) рынков» для продвижения готовых продуктов (услуг).
14. Концепция «управления», основанная на изучении потребностей клиента и создании (модернизации) на этой базе новых продуктов и услуг.
15. Методы продвижения банковских продуктов на рынке: активный и пассивный подход.
16. Содержание продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики коммерческого банка.
17. Стратегии достижения лидерства банка: стратегия операционного совершенства (Strategy of Operational Excellence).
18. Стратегия лидерства продукта (Product Leadership Strategy).
19. Стратегия доверительных отношений с клиентами (Customer Intimacy Strategy).
20. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг.
21. Бенчмаркинг как способ повысить конкурентоспособность банка.
22. Новые условия конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг.
23. Конкуренты банка со стороны финансовых учреждений небанковского типа и их особенности.
24. Привлечение клиентов на ранней стадии проектирования банковского продукта.
25. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий продвижения их на рынке.
26. Каналы дистанционного обслуживания клиентов.
27. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.
28. Онлайн-банкинг.
29. SMS-сервис «Мобильный банк».
30. Терминалы самообслуживания.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Критерии оценивания знания приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Таблица соответствия результатов контроля знаний по разным шкалам и критерии оценивания

Сумма баллов по 100-балльной системе оценивания	Оцен-ка ECTS	Параметры оценивания	Уровень владения компетен-циями	Оценка по пятибалльной системе оценивания	
				для экзамена, курсовой работы	для зачета
90-100	A	отличная работа, в которой может быть допущена одна незначительная ошибка. Студент обнаруживает особенные творческие способности, умеет самостоятельно добывать знания, без помощи преподавателя находит и прорабатывает необходимую информацию, убедительно аргументирует ответы	Высокий (творчес-кий)	Отлично	Зачтено
82-89	B	работа выше среднего уровня с несколькими незначительными ошибками. Студент свободно владеет изученным объемом материала, применяет его на практике, свободно решает упражнения и задачи в стандартных ситуациях	Доста-точный (эвристи-ческий)	Хорошо	
74-81	C	обыкновенная работа с несколькими ошибками. Студент умеет сопоставлять, обобщать, систематизировать информацию под руководством преподавателя; в целом самостоятельно применять ее на практике; контролировать собственную деятельность			
64-73	D	средняя неплохая работа, но со значительными недостатками и ошибками. Студент воспроизводит значительную часть теоретического материала, обнаруживает знание и понимание основных положений			
60-63	E	работа удовлетворяет минимальной положительной оценке. Студент владеет учебным материалом на уровне, выше начального, значительную часть его воспроизводит на адаптивном уровне	Средний (адаптив-ный)	Удовлет-ворите-Хьно	
35-59	FX	требуется значительная доработка для достижения положительной минимальной оценки. Обладает поверхностными несистематизированными знаниями, но не обладает знаниями, умениями и навыками ни одной из компетенций			
1-34	F	обязательно повторное изучение зачетного кредита. Студент не обладает знаниями, умениями и навыками ни одной из компетенций	Низкий (репродук-тивный)	Неудов-летвори-тельно	Не зачтено

7. ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. «Плюсы» и «минусы» зарплатной модели для ее участников.
2. Использование «портфельного» подхода при реализации зарплатной модели карточного бизнеса.
3. Сотрудничество банков и страховых организаций.
4. Система «Клиент-банк», принципы организации.
5. Виртуальные банки – банки будущего.
6. Виртуализация (цифровизация) банкинга.
7. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.
8. Система быстрых платежей Банка России: сущность, содержание и перспективы ее развития.
9. Возможности и риски развития Интернет-банкинга.
10. Целесообразность кобрендинга при разработке банковских продуктов.
11. Базовые принципы и процесс бэнчмаркинга, в контексте создания и внедрения банковских продуктов, услуг и технологий.
12. Проблемы и перспективы развития онлайн – банкинга и современные телекоммуникационные системы.
13. Мониторинг банком рыночной ситуации с целью выявления конъюнктурных изменений и рыночных тенденций спроса на банковские продукты/услуги.
14. Кобрендинг или «совместный брендинг»: сущность, содержание, особенности и целесообразность использования при создании новых банковских продуктов.
15. Конкуренция банков с кредитными организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки современных продуктов на основе технологий «Финтех».
16. Риски легализации доходов и финансирования терроризма при использовании современных банковских продуктов и услуг.