

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ
ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ
(Управленческая 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
У67

Р е ц е н з е н т ы:

Т.М. Одинцова - канд. эконом. наук, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Н.В. Алесина - канд. эконом. наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Составитель: Вожжов С.П.

У67 Управление бизнес-процессами внедрения современных 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. – 22 с. – Текст : непосредственный.

Целью методических указаний является обеспечение студентов необходимыми материалами и рекомендациями для практических занятий по дисциплине «Управление бизнес-процессами внедрения современных 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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Содержание учебной дисциплины	7
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>	10
<i>Практическое занятие 3. Продвижение банковских продуктов и услуг на рынке</i>	11
<i>Практическое занятие 4. Конкуренция и конкурентоспособность банковских продуктов и услуг</i>	12
<i>Практическое занятие 5. Новые методы и модели партнерства и организации продвижения банковских продуктов на рынке как способ удержания конкурентных позиций современного банка</i>	13
<i>Практическое занятие 6. Банковские продукты и особенности ценообразования на них</i>	14
<i>Практическое занятие 7. Современные технологии и коммуникации банковских продуктов</i>	17
4. Основная и дополнительная литература	18
5. Список вопросов для подготовки к зачету	19
6. Критерии оценки знаний по дисциплине	21
7. Темы докладов	22

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины «Управление бизнес-процессами внедрения современных банковских продуктов и технологий» является формирование знаний слушателей необходимых для самостоятельного исследования, анализа и прогнозирования конъюнктуры финансового рынка, в контексте разработки и внедрения новых банковских продуктов и услуг.

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 внедрением и продвижением современных продуктов, услуг и технологий.

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

Дисциплина «Управление бизнес-процессами внедрения современных 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 СевГУ.

Таблица 1.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код Компетенции по ФГОС ВПО	Компетенция	Компоненты компетенции		
		Владения	Умения	Знания
ПК-15	способность оказывать консалтинговые услуги коммерческим и некоммерческим организациям различных организационно-правовых форм, включая финансово-кредитные, по вопросам совершенствования их финансовой деятельности	Владение навыками: оказания консалтинговых услуг организациям и физическим лицам, в контексте всего спектра банковских продуктов, услуг и технологий для совершенствования их финансовой деятельности; разработки и продвижения современных банковских продуктов до своих клиентов.	Умение: управлять бизнес-процессами внедрения современных банковских продуктов, услуг и технологий; проводить мониторинг и оценку рынка банковских продуктов, услуг и современных технологий их доставки клиентам.	Знание всего спектра современных банковских продуктов, услуг и технологий; особенностей внедрения и продвижения банковских продуктов и услуг на рынке.
ПК-16	способность провести консалтинговые исследования финансовых проблем по заказам хозяйствующих субъектов, включая финансово-кредитные организации, органов государственной власти и органов местного самоуправления	Владение навыками: проведения консалтинговых исследований финансовых проблем по заказам хозяйствующих субъектов, в контексте внедрения новых банковских продуктов; формирования «пакетов» 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.	Знание: современных методов ценообразования на банковские продукты и услуги; особенностей анализа и оценки эффективности продуктовой политики банка.
ПК-18	способность осуществлять разработку инструментов проведения исследований в области финансов и кредита, анализ их результатов, подготовку данных	Владение навыками использования инновационных технологий в разработке и внедрении современных банковских продуктов и услуг	Умение анализировать и оценивать конкурентоспособность банка, его конкурентные преимущества на рынке банковских продуктов и технологий;	Знание: современных методов ценообразования на банковские продукты и услуги; методов анализа и оценки эффективности продуктовой

Код Компетенции по ФГОС ВПО	Компетенция	Компоненты компетенции		
		Владения	Умения	Знания
	для составления финансовых обзоров, отчетов и научных публикаций	для обеспечения конкурентных преимуществ банка.	совершенствовать существующие продукты и/или создавать (проектировать) новые с использованием имеющихся технологий инновационного характера.	политики банка; результатов новейших исследований в области банковских технологий инновационного характера.
ПК-25	Способность интерпретировать результаты финансово-экономических исследований с целью разработки финансовых аспектов перспективных направлений инновационного развития организаций, в том числе финансово-кредитных	Владение навыками исследований конъюнктуры рынка банковских продуктов, услуг и технологий с целью разработки перспективных направлений их инновационного развития и внедрения.	Умение использовать инновационные технологии в совершенствовании существующих банковских продуктов (услуг) и в создании (проектировании) новых банковских продуктов для обеспечения конкурентных преимуществ банка.	Знание: современных методов ценообразования на банковские продукты и услуги; особенностей анализа и оценки эффективности продуктовой политики банка; основных результатов новейших исследований в области банковских технологий инновационного характера.

Изучение дисциплины «Управление бизнес-процессами внедрения современных 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 «Управление бизнес-процессами внедрения современных 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины включает следующие темы:

Тема 1. Банковские технологии, продукты (услуги) и направления их развития.

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. Бизнес-процессы внедрения банковских продуктов и услуг как элемент общей бизнес-модели управления банком.

Тема 2. Процесс создания и внедрения банковских продуктов и/или услуг.

Этапы создания и внедрения нового банковского продукта: формирование концепции создания продукта; его проектирование; внедрение и продвижение на продуктовом рынке; анализ эффекта от внедрения нового продукта. Банковский бэнчмаркинг как метод внедрения современных бизнес-процессов, продуктов и технологий.

Тема 3. Продвижение банковских продуктов на рынке.

Понятие системы сбыта банковских продуктов и услуг в контексте бизнес-процессов их внедрения. 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 организации продвижения банковских продуктов на современном рынке как способ удержания конкурентных позиций.

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 в контексте бизнес-процессов внедрения банковских продуктов и их реализации клиентам. Развитие финансовых технологий и их влияние на банковскую сферу деятельности в части создания инновационных продуктов, процессов и услуг. Основные факторы и принципы формирования эффективной коммуникационной политики банка.

3. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие № 1. Банковские технологии, продукты (услуги) и направления их развития

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области банковских технологий, продуктов, услуг и управления бизнес-процессами их внедрения в современных условиях.

Входной контроль

Тесты.

1. Минимальный размер собственных средств (капитала) устанавливается для банка с универсальной лицензией в сумме:

- а) 700 миллионов рублей;
- б) 900 миллионов рублей;
- в) 300 миллионов рублей;
- г) 1000 миллионов рублей.

2. Форма безналичных расчетов, при которой оплата за товар осуществляется исполняющим банком за счет предварительно задепонированных средств покупателя - это:

- а) документарное инкассо;
- б) платежное требование-поручение;
- в) покрытый аккредитив;
- г) расчетный чек.

3. Чистый спред определяется следующим образом (введем обозначения: ПД – процентные доходы; ПР – процентные расходы; А – средняя сумма/стоимость общих активов; ПА – активы, дающие процентные доходы; ПП – пассивы, приносящие процентные расходы; ЧП – чистая прибыль; СК – собственный капитал банка):

- а) $(ПД - ПР) : А * 100$;
- б) $ЧП : А * 100$;
- в) $ПД - ПР$;
- г) $ЧП : СК * 100$;
- д) $ПД : ПА * 100 - ПР : ПП * 100$.

Вопросы.

1. Чем банк как кредитная организация отличается от кредитной организации не являющейся банком?

2. Какие виды банковской деятельности запрещено осуществлять банкам?

Задача.

Векселедержатель заключил с банком договор об учете векселя. Дата оформления векселя – 15 марта 20XX г., номинальная стоимость - 1500 000 руб., дата погашения - 27 декабря 20XX+1 г., дата его учета банком – 05 октября 20XX г.

Определите:

1) Какую сумму получит предъявитель векселя к учету, если ставка учета составляет 12 % годовых?

2) Какую сумму составляет ожидаемый доход банка по данной операции?

Вопросы для контроля знаний и дискуссий по теме занятия:

1. Раскройте сущность и содержание понятия «бизнес-процесс» как элемента общей бизнес-модели банка.
2. Что может обеспечить совершенствование (оптимизация) бизнес-процесса внедрения банковских продуктов и услуг в условиях усложнения и повышения неопределенности внешней среды ведения банковского бизнеса.
3. Банковская операция, банковская услуга, банковский продукт: их определения, взаимосвязь и отличительные особенности.
4. Структура и виды банковских продуктов.
5. Интегрированные финансовые продукты как новая форма банковских продуктов.
6. Кэш-менеджмент как пример инновационного интегрированного банковского продукта повышенной сложности для корпоративного бизнеса.
7. Формирование имиджа банковского продукта и воздействие на него различных факторов: имиджа банка, качества продуктов, рейтинга банковских продуктов.

**Практическое занятие № 2. Процесс создания
и внедрения банковских продуктов и/или услуг**

Этапы создания и внедрения нового банковского продукта: формирование концепции создания продукта; его проектирование; внедрение и продвижение на продуктовом рынке; анализ эффекта от внедрения нового продукта.

Цель занятия: закрепить знания слушателей в области создания и внедрения и продвижение на рынке банковских продуктов и услуг.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Этапы создания (проектирования) банковского продукта (услуги).
Характеристика и анализ каждого из этапов:
 - поиск идеи создания банковского продукта (услуги).
 - процесс создание банковской услуги (продукта).
 - внедрение банковской услуги (продукта).
 - анализ результатов внедрения новой услуги (продукта).
2. Мультиатрибутивная модель продукта: свойства и атрибуты. Современная модификация и оптимизация модели (проекта) банковского продукта (услуги). Создание паспорта продукта.
3. Жизненный цикл банковского продукта (услуги): понятие и этапы (этап внедрения; этап роста; этап зрелости; этап спада).
4. Оптимизация модели (проекта) банковского продукта (услуги).
5. Банковский бэнчмаркинг как метод внедрения современных бизнес-процессов, продуктов и технологий.
6. Продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления бизнес-процессами его внедрения.

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. Виртуализация (цифровизация) банкинга и особенности управления бизнес-процессами внедрения современных банковских продуктов и технологий.
2. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.
3. Терминалы самообслуживания: их возможности, преимущества и перспективы развития.

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 в контексте бизнес-процессов их внедрения.

Вопросы для контроля знаний и дискуссий:

1. Понятие системы сбыта банковских продуктов и услуг в контексте бизнес-процессов их внедрения.
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. Система быстрых платежей Банка России: сущность, содержание и перспективы ее развития.
2. Возможности и риски развития Интернет-банкинга.
3. Целесообразность кобрендинга при разработке и внедрении банковских продуктов.
4. Особенности управления бизнес-процессами внедрения банковских продуктов и технологий в современных условиях цифровизации банкинга.

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 на рынке: стратегия операционного совершенства и стратегия лидерства продукта.
5. Стратегия доверительных отношений с клиентами как стратегия достижения лидерства банка на рынке.
6. 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. Конкуренция банков с кредитными организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки внедрения современных продуктов на основе технологий «Финтех».
2. Особенности управления бизнес-процессами внедрения банковских продуктов и технологий в современных условиях цифровизации банкинга.
3. Сущность Internet-банкинга и перспективы его развития.
4. Разработка и внедрение современных банковских услуг как фактор обеспечения конкурентоспособности банка.

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. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
2. Перспективы, проблемы и особенности внедрения современных банковских продуктов и технологий в условиях виртуализация банкинга.
3. Кобрендинг или «совместный брендинг»: сущность, содержание, особенности и целесообразность использования при создании и внедрении новых банковских продуктов.
4. Проблемы и перспективы развития онлайн – банкинга и современные телекоммуникационные системы.

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 взноса, 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. Банковский бэнчмаркинг как метод внедрения современных бизнес-процессов, продуктов и технологий.

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

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

4. 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 в контексте бизнес-процессов внедрения банковских продуктов и их реализации клиентам.
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. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
2. Перспективы, проблемы и особенности внедрения современных банковских продуктов и технологий в условиях виртуализация банкинга.
3. Кобрендинг или «совместный брендинг»: сущность, содержание, особенности и целесообразность использования при создании и внедрении новых банковских продуктов.
4. Конкуренция банков с кредитными организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки современных продуктов на основе технологий «Финтех».
5. Риски легализации доходов и финансирования терроризма при внедрении современных банковских продуктов и услуг.

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 МБА). — 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. Бизнес-процессы внедрения банковских продуктов и услуг как элемент общей бизнес-модели управления банком.
2. Раскройте сущность и содержание понятия «бизнес-процесс» как элемента общей бизнес-модели банка.
3. Что может обеспечить совершенствование (оптимизация) бизнес-процесса внедрения банковских продуктов и услуг в условиях усложнения и повышения неопределенности внешней среды ведения банковского бизнеса.
4. Банковская операция, банковская услуга, банковский продукт: их определения, взаимосвязь и отличительные особенности.
5. Конкуренция банков с финансовыми организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки современных продуктов на основе технологий «Финтех».
6. Интегрированные финансовые продукты как новая форма банковских продуктов.
7. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
8. Рынок банковских услуг и продуктов как составная часть национального финансового рынка: тенденции и факторы его развития.
9. Сегментация рынка банковских услуг и продуктов: принципы и подходы.
10. Основные концепции продвижения банковских продуктов на рынке.
11. Концепция «поиска наиболее выгодных (или новых) рынков» для продвижения готовых продуктов (услуг).
12. Концепция «управления», основанная на изучении потребностей клиента и создании (модернизации) на этой базе новых продуктов и услуг.
13. Методы продвижения банковских продуктов на рынке: активный и пассивный подход.
14. Содержание продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики коммерческого банка.
15. Стратегии достижения лидерства банка: стратегия операционного совершенства (Strategy of Operational Excellence).
16. Стратегия лидерства продукта (Product Leadership Strategy).
17. Стратегия доверительных отношений с клиентами (Customer Intimacy Strategy).
18. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг.
19. Бенчмаркинг как способ повысить конкурентоспособность банка.
20. Новые условия конкуренции на рынке банковских продуктов.
21. Конкуренты банка со стороны финансовых учреждений небанковского типа и их особенности.
22. Привлечение клиентов на ранней стадии проектирования банковского продукта.

23. Совместный поиск (банка и клиентов) концептуальных решений в области создания инновационных продуктов и технологий продвижения их на рынке.

24. Каналы дистанционного обслуживания клиентов.

25. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.

26. Онлайн-банкинг.

27. SMS-сервис «Мобильный банк».

28. 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	Оценка ЕСТ S	Параметры оценивания	Уровень владения компетенциями	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 (творческий)	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	Достаточный (эвристический)	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 (адаптивный)	удовлетворительно	
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			

7. ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Виртуализация (цифровизация) банкинга и особенности управления бизнес-процессами внедрения современных банковских продуктов и технологий.
2. Создание банковских продуктов (услуг) и особенности бизнес-процессов их внедрения в современных условиях.
3. Продажа розничных кредитных продуктов клиентам через систему «Кредитная фабрика» Сбербанка и ее аналоги.
4. Терминалы самообслуживания: их возможности, преимущества и перспективы развития.
5. Система быстрых платежей Банка России: сущность, содержание и перспективы ее развития.
6. Возможности и риски развития Интернет-банкинга.
7. Целесообразность кобрендинга при разработке и внедрении банковских продуктов.
8. Особенности управления бизнес-процессами внедрения банковских продуктов и технологий в современных условиях цифровизации банкинга.
9. Сущность Internet-банкинга и перспективы его развития.
10. Проблемы и перспективы развития онлайн – банкинга и современные телекоммуникационные системы.
11. Банковский бэнчмаркинг как метод внедрения современных бизнес-процессов, продуктов и технологий.
12. Бенчмаркинг как метод внедрения эффективных бизнес-процессов и способ повысить конкурентоспособность банка.
13. Базовые принципы и процесс бэнчмаркинга, в контексте создания и внедрения банковских продуктов, услуг и технологий.
14. Формирование имиджа банковского продукта, в процессе его внедрения.
15. Продуктовая линейка и продуктовый портфель банка: принципы формирования и управления.
16. Перспективы, проблемы и особенности внедрения современных банковских продуктов и технологий в условиях виртуализация банкинга.
17. Разработка и внедрение современных банковских услуг как фактор обеспечения конкурентоспособности банка.
18. Риски легализации доходов и финансирования терроризма при внедрении современных банковских продуктов и услуг.
19. Кобрендинг или «совместный брендинг»: сущность, содержание, особенности и целесообразность использования при создании и внедрении новых банковских продуктов.
20. Конкуренция банков с кредитными организациями небанковского типа и с микрофинансовыми организациями в сфере разработки внедрения современных продуктов на основе технологий «Финтех».

**УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ
ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ
(Управленческая карьера)**

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

*Составитель: **Вожжов** Сергей Павлович*

В авторской редакции

Изд. № 10/2020. Объем 1,5 п.л.
РИИЦМ ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»