

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг и кредитная политика банков»**

**Цель дисциплины** - формирование у магистров комплекса профессиональных компетенций, овладение фундаментальными знаниями в области организационных, научных и методических основах теории и практики системы расчетов по различным финансовым обязательствам, возникающим в системе международного взаимодействия; получение знаний и навыков, необходимых для исследовательской и аналитической деятельности в области финансов и банковского дела.

### **Задачи дисциплины:**

- исследование финансовых, денежных, кредитных рынков в академических и ведомственных научно-исследовательских учреждениях, негосударственных исследовательских фондах и организациях, консалтинговых и инвестиционных компаниях;
- выявление и оценка направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических и глобальных тенденций;
- анализ и оценка концептуальных подходов к методам и инструментам финансового и денежно-кредитного регулирования экономики;
- разработка планов и программ проведения исследований в области международных операций банков;
- исследование проблем финансовой устойчивости банков для разработки эффективных методов обеспечения финансовой устойчивости кредитно-финансовых институтов с учетом фактора неопределенности;
- формирование специальных профессиональных знаний и навыков в области расчетно-платежных операций и их механизмов на внешнем рынке, обоснованности оптимального их выбора с учетом существующих систем и форм расчетов в международной практике.

### **Тема. Основные вопросы.**

- 1 Понятие и сущность маркетинговой политики как составной части банковской политики в кредитно-финансовой сфере
  - 1.1 Особенности организации маркетинга в кредитно-финансовой сфере. Составные части маркетинговой политики в системе стратегического и тактического управления банков.
  - 1.2 Объект маркетингового анализа в финансово-кредитных отношениях – рынок банковских услуг
  - 2 Организация маркетинговых исследований в кредитно-финансовой сфере.
  - 2.1 Необходимость и сущность проведения маркетинговых исследований.
  - 2.2 Прямые и косвенные исследования.
  - 2.3 Система организации маркетинговых исследований рынка банковских услуг.
  - 2.4 Этапы проведения SWOT-анализа.
  - 2.5 Рыночные характеристики. Показатели услуг, показатели конкуренции, характеристика среды.
  - 2.6 Оценка конкурентоспособности банка на финансовом рынке.
  - 3 Разработка маркетинговой стратегии деятельности банка
  - 3.1 Методы определения цен и тарифов на банковские продукты и услуги.
  - 3.2 Формирование продуктовой политики банка. Разработка новых банковских продуктов и услуг.
  - 3.3 Этапы жизненного цикла банковского продукта.
  - 3.4 Особенности формирования маркетинговой конкурентоспособной стратегии.
  - 3.5 Особенности формирования коммуникационной стратегии банка. Продуктовая, корпоративная и имиджевая реклама банка.
  - 3.6 Послепродажное обслуживание банковских продуктов
- 4 Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг
  - 4.1 Структурный анализ различных секторов финансового рынка.
  - 4.2 Особенности определения доли банка на различных секторах финансового рынка.
  - 4.3 Маркетинг кредитного сектора рынка - основные формы внедрения; альтернативные формы кредитов и депозитов.
  - 4.4 Маркетинг депозитного рынка - основные виды клиентов; ресурсы и их параметры
- 5 Маркетинговый анализ и сегментация отдельных рынков финансовых услуг
  - 5.1 Маркетинг рынка ценных бумаг: структура фондового портфеля банка по основным и

производным финансовым инструментам.

5.2 Особенности влияния валютного рынка на смежные сектора.

6 Формирование кредитной политики коммерческого банка в рамках реализации его корпоративной стратегии

6.1 Рынок корпоративных клиентов, его сегменты и их основные характеристики.

6.2 Варианты и влияние корпоративных клиентов на экономику (региональный аспект).

6.3 Особенности формирования кредитной политики в отношении корпоративного сектора экономики.

6.4 Разработка сценарных моделей реализации кредитных стратегий, ориентированных на сегменты: ценовая, продуктовая, коммуникационная

7 Особенности формирования кредитной политики банка на розничном рынке финансовых услуг

7.1 Отраслевые особенности банков и их влияние на модели кредитной политики.

7.2 Типология и особенности реализации базовых кредитных стратегий на розничном рынке.

7.3 Методы управления рисками банков при реализации кредитных стратегий. Особенности оценки конкурентоспособности кредитных стратегий универсальных и специализированных банков.

7.4 Понимание потребностей состоятельных клиентов, связанных с кредитными и депозитными потребностями.

7.5 Определение жизненного цикла выявленных потребностей, качественное и количественное определение рисков.

7.6 Разработка глобального предложения кредитных продуктов и услуг по управлению имуществом физических лиц.

8 Проблемы трансформации банковской маркетинговой и кредитной политики в условиях движения финансового капитала

8.1 Современные тенденции развития рынка финансовых услуг.

8.2 Особенности и формы проявления кредитной политики банков в условиях финансовой глобализации.

8.3 Формирование моделей инновационного финансового поведения банка в рамках реализации корпоративной банковских стратегий.

8.4 Этапы формирования финансовых инноваций в банковской деятельности.

Объем дисциплины 3 з. е.

Форма промежуточного контроля – зачет.