

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр магистратуры



Программа дисциплины

Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование М2.В.10

Направление подготовки: 080100.68 - Экономика

Профиль подготовки: Банки и реальная экономика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Алиакберова Л.З. , Ихсанова Л.Р.

Рецензент(ы):

Гуничева А.В. , Вагизова В.И.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Вагизова В. И.

Протокол заседания кафедры № ____ от " ____ " 201 ____ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр магистратуры):

Протокол заседания УМК № ____ от " ____ " 201 ____ г

Регистрационный № 80177014

Казань

2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) Алиакберова Л.З. ; доцент, к.н. Ихсанова Л.Р. кафедра банковского дела Отделение финансов , LRIhsanova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины - развитие у магистрантов знаний и навыков в области продаж банковских продуктов и финансового консультирования, по разработке системы мероприятий по взаимодействию банка с существующими и потенциальными клиентами с учетом современного зарубежного опыта.

Дисциплина "Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование" предусматривает решение следующих задач:

- систематизация знаний о технологии продаж банковских продуктов, в том числе на основе зарубежного опыта;
- получение системы теоретических знаний и рассмотрение практических аспектов финансового консультирования клиентов банка;
- углубление знаний и практических навыков с учетом современных международных тенденций развития технологии продаж банковских продуктов и финансового консультирования.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.10 Профессиональный" основной образовательной программы 080100.68 Экономика и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "М2 профессионального цикла дисциплин". Осваивается на втором курсе (4 семестр).

Изучению дисциплины "Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование" предшествует освоение следующих дисциплин: "Микроэкономика" (продвинутый уровень), "Макроэкономика" (продвинутый уровень), "Управление бизнес-процессами", "Управление финансами в банке", "Проектное кредитование и венчурное финансирование", "Банковское обслуживание экономики городского хозяйства и строительства", "Банки и субъекты малого бизнеса".

Дисциплина "Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование" способствует более глубокому освоению блока профессионального цикла дисциплин, полученные знания могут быть использованы при написании выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-5 (профессиональные компетенции)	способность самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ
ПК-7 (профессиональные компетенции)	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- современные тенденции развития рынка и технологии продаж банковских продуктов и услуг в России и за рубежом;
- этапы и методы проведения комплексного маркетингового исследования в банке;
- методы и способы продаж банковских продуктов.

2. должен уметь:

- организовывать сбор маркетинговой информации;
- проводить квалифицированный анализ маркетинговой информации;
- оценивать эффективность организации продаж банковских продуктов.

3. должен владеть:

- приемами и технологией обобщения маркетинговой информации на основе использования современных технических средств и информационных технологий;
- навыками принятия решений на основе информации, собранной в ходе маркетинговых исследований;
- владеть приемами и технологией продаж банковских продуктов;
- навыками финансового консультирования клиентов в рамках взаимодействия банка с существующими и потенциальными клиентами

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- методы построения и управления программами маркетинговых коммуникаций в банке;
- методологический и математический инструментарий маркетинговых исследований;
- методы организации продаж банковских продуктов.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Банковские продукты и услуги	4	-	2	4	0	устный опрос презентация

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Технология продаж банковских продуктов	4	-	2	6	0	устный опрос презентация
3.	Тема 3. Продвижение банковских продуктов. Финансовое консультирование	4	-	2	6	0	эссе презентация устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	зачет
	Итого			6	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Банковские продукты и услуги

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие, характеристика и специфика банковских продуктов и услуг. 2. Этапы разработки и совершенствования банковских продуктов. 3. Конкуренция на рынке банковских услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Банковские продукты и услуги, их виды и характеристика. Конкуренция на рынке банковских услуг в условиях глобализации экономики. Продуктовая стратегия банка. Ценовая стратегия банка. Маркетинговые исследования рынка банковских услуг.

Тема 2. Технология продаж банковских продуктов

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1.Стратегии продаж банковских продуктов и услуг. 2.Банковская инфраструктура по обслуживанию рынка продаж.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Сегментация рынка банковских услуг. Маркетинговый анализ клиентов и продуктов банка. Управление спросом на банковские продукты и услуги. Личная продажа, особенности ее использования в банках. Зарубежный опыт в технологии продаж банковских продуктов.

Тема 3. Продвижение банковских продуктов. Финансовое консультирование

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Комплекс маркетинговых коммуникаций в банке. 2. Коммуникационная стратегия банка. 3. Стимулирование сбыта в банке.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Формы и методы продвижения банковских продуктов и услуг, маркетинговые коммуникации. Направления стимулирования сбыта в банке. Рекламная стратегия банка. PR-кампания, ее роль в продвижении банковских продуктов. Репутация банка и методы управления ею. Цель и задачи финансового консультирования клиентов в банке. Этапы финансового консультирования клиентов банка. Российская и зарубежная практика эффективного финансового консультирования по реализации банковских продуктов. Тенденции в развитии института финансового консультирования.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Банковские продукты и услуги	4	-	подготовка к презентации	8	презентация
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Технология продаж банковских продуктов	4	-	подготовка к презентации	10	презентация
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Продвижение банковских продуктов. Финансовое консультирование	4	-	подготовка к презентации	8	презентация
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
				подготовка к эссе	4	эссе
	Итого				50	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование" предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: чтение интерактивных лекций, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода, подготовка презентаций, докладов, эссе.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Банковские продукты и услуги

презентация , примерные вопросы:

Какие этапы включает разработка ценовой стратегии банка? Какие факторы подлежат анализу при разработке продуктовой стратегии банка? Как проявляется влияние конкурентной среды на цены новых банковских продуктов и услуг? Какие цели могут быть поставлены при проведении маркетинговых исследований? Определите сильные и слабые стороны различных методов маркетинговых исследований.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Как можно определить понятие банковского продукта? 2. Что понимают под банковской услугой? 3. Каковы этапы разработки банковских продуктов? 4. Что понимают под совершенствованием банковских продуктов? 5. Какие факторы подлежат анализу при разработке конкурентной стратегии банка? 6. Какие виды банковских продуктов Вы отнесли бы к основным? 7. Какие новые услуги для клиентов банка Вы могли бы предложить? 8. Какие мероприятия могли бы увеличить приток новых вкладов в банк?

Тема 2. Технология продаж банковских продуктов

презентация , примерные вопросы:

Темы: Сегментация рынка банковских услуг. Маркетинговый анализ клиентов и продуктов банка. Мотивация клиентов в маркетинговом исследовании. Управление спросом на банковские продукты и услуги. Продвижение банковских продуктов. Кросс-продажи и дополнительные продажи банковских продуктов. Личная продажа, особенности ее использования в банках. Зарубежный опыт в технологии продаж банковских продуктов. Инновационные технологии в системе продаж банковских продуктов. 5. Теории покупательского поведения.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Как можно показать взаимосвязь стратегии и тактики продаж банковских продуктов и услуг?
2. Какие факторы необходимо учитывать при планировании продаж банковского продукта, находящегося на стадии спада? 3. Что понимается под каналами распределения банковских услуг?
4. Возможна ли косвенная продажа банковских продуктов? 5. Какие свойства банковских продуктов определяют специфику их продажи?
6. Какие управленческие решения могут быть приняты на основе анализа клиентской базы банка?
7. Какова зарубежная практика работы банков с клиентами?

Тема 3. Продвижение банковских продуктов. Финансовое консультирование

презентация , примерные вопросы:

Темы: Финансовое консультирование клиентов в банке: цель, задачи, этапы. Практика эффективного финансового консультирования по реализации банковских продуктов. Индивидуальная финансовая стратегия клиента. Международный опыт финансового консультирования клиентов. Тенденции в развитии института финансового консультирования.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Охарактеризуйте основные формы и методы продвижения банковских продуктов и услуг.
2. Каковы роль и цели каждого способа продвижения банковских продуктов?
3. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций в банке?
4. Что включает в себя процесс разработки маркетинговых коммуникаций в банке?
5. Что понимается под стимулированием сбыта банковских продуктов и услуг?
6. В чем заключается роль коммуникационной составляющей как фактора развития банковского сектора в России?
7. Какие можно привести примеры использования PR-кампаний российскими и зарубежными банками?
8. Каково влияние финансового кризиса на состояние имиджа банков?
9. Каковы основные методы оценки эффективности банковской рекламы?
10. В чем заключается роль брендов в деятельности коммерческих банков?
11. Чем характеризуется эффективная система управления брендом банка?
12. Каковы примеры использования PR-кампаний российскими и зарубежными банками?

эссе , примерные темы:

Темы эссе: Продажа банковских продуктов как наука, искусство и технология. Наблюдение как способ сбора первичных данных в современном маркетинговом исследовании: проблемы и перспективы. Эксперимент в современном банковском маркетинге: сложности проведения и адекватность результатов. Опрос в современном банковском маркетинге: особенности проведения, проблемы и перспективы. Эффективные маркетинговые исследования в банковской сфере: проблемы и пути их решения.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету

1. Влияние бренда на установление цены банковских продуктов.
2. Значение рекламы в формировании спроса и организации продаж банковских продуктов.
3. Коммуникационная стратегия банка: проблемы разработки и реализации.
4. Комплекс маркетинговых коммуникаций в банке, их цели и задачи.
5. Маркетинговые исследования: цели и основные этапы.
6. Методика маркетинговых исследований.
7. Методы оценки имиджа банка.
8. Модели обслуживания клиентов с точки зрения продаж банковских продуктов.

9. Направления исследования рынка банковских услуг.
10. Основные направления оптимизации каналов сбыта банковских продуктов.
11. Основные направления стимулирования сбыта банковских продуктов.
12. Основные ценообразующие факторы и их влияние на цены банковских продуктов.
13. Особенности организации личных продаж банковских продуктов.
14. Оценка эффективности рекламной кампании банка.
15. Перекрестные продажи банковских продуктов: проблемы и перспективы применения.
16. Планирование маркетинговых коммуникаций банка.
17. Понятие и способы стимулирования сбыта банковских продуктов.
18. Понятие рынка банковских продуктов и услуг и его сегментация.
19. Разработка стратегии банковской рекламы.
20. Разработка ценовой стратегии банка.
21. Расширение продуктовой линейки банка как способ усиления его конкурентных позиций.
22. Репутация банка и ее роль в организации продаж банковских продуктов.
23. Свойства банковских продуктов, влияющих на специфику их сбыта в современных условиях.
24. Сегментация: ее виды и особенности.
25. Система планирования банковской деятельности.
26. Современные основные элементы банковской инфраструктуры по обслуживанию рынка продаж.
27. Содержание стратегии продаж банковских продуктов и услуг в условиях глобализации экономики.
28. Управление спросом на банковские продукты: проблемы и направления повышения эффективности.
29. Финансовое консультирование клиентов: специфика и роль при продаже банковских продуктов.
30. Этапы разработки и оценки маркетингового плана в банке.

7.1. Основная литература:

- Банковский менеджмент, Фахрутдинова, Елена Валерьевна, 2009г.
- 1.Банковский менеджмент: учеб./ Е.Ф. Жуков, Н.Д. Эриашвили, Г.А. Васильев и др.; Под ред. Е.Ф. Жукова . - 3-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 303 с.
- 2.Банковское дело: Учебник / Под ред. Г.Г. Коробовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2012. - 590 с.: 60x90 1/16. (переплёт) ISBN 978-5-9776-0109-2, 2000 экз.[Электронный ресурс]- <http://znanium.com/bookread.php?book=334005>
- 3.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Практикум/ В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, О.М. Меликян, Н.В. Ребрикова. - 3 -е изд.: Дашков и К, 2009. - 136 с.
- 4.Маркетинг на финансовом рынке: Учебное пособие / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплёт) ISBN 978-5-16-005579-4, 500 экз. [Электронный ресурс] - <http://znanium.com/bookread.php?book=345001>
- 5.Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2012. - 448 с. - ISBN 978-5-394-01695-0.[Электронный ресурс]- <http://znanium.com/bookread.php?book=415400>

7.2. Дополнительная литература:

Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование, Рольбина, Елена Сергеевна, 2010г.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Багаутдинова, Наиля Гумеровна; Леонтьева, Лариса Вячеславовна; Хаметова, Нурия Гумеровна, 2012г.

1. Банковский маркетинг / Под ред. В.И. Хабарова - М.: Маркет ДС, 2006.

2. Владиславлев Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2009.

3. Владиславлев Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга и менеджмента / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2011.

4. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0175-7, 500 экз. [Электронный ресурс] - <http://znanium.com/bookread.php?book=392041>

5. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004956-4 [Электронный ресурс] - <http://znanium.com/bookread.php?book=247665>

6. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз. [Электронный ресурс] - <http://znanium.com/bookread.php?book=332300>

7. Радковская Н.П. Маркетинг в коммерческих банках: учебное пособие / Радковская Н.П. - СПб.: ИВЭСЭП, 2004.

8. Теплякова Н.А. Банковский маркетинг. Ответы на экзаменационные вопросы / Н.А. Теплякова. - Минск: ТетраСистемс, 2010.

7.3. Интернет-ресурсы:

Официальный сайт Ассоциации региональных банков России - <http://www.asros.ru>

Официальный сайт Ассоциации российских банков - <http://www.arb.ru>

Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант - <http://www.garant.ru>

Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс - <http://www.consultant.ru>

Официальный сайт Центрального Банка России - <http://www.cbr.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Технология продаж банковских продуктов, финансовое консультирование" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

1. Лекционные аудитории с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном.
2. Компьютерные классы.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080100.68 "Экономика" и магистерской программе Банки и реальная экономика .

Автор(ы):

Алиакберова Л.З. _____

Ихсанова Л.Р. _____

"__" 201__ г.

Рецензент(ы):

Гуничева А.В. _____

Вагизова В.И. _____

"__" 201__ г.