



**Нижегородский филиал
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет экономики
Кафедра банковского дела

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

для образовательной программы Финансы
направления подготовки 38.04.08 Финансы и кредит
уровень магистр

Разработчик программы:
Маляев В.Б., к.т.н., доцент,
Ph. D in Finance and Financial Law
vmaliaev@hse.ru

Одобрена на заседании кафедры Банковского дела
«30» августа 2017 г.
Зав. кафедрой С.Ю. Хасянова

Утверждена Академическим советом образовательной программы
«31» августа 2017 г., № протокола 1

Академический руководитель образовательной программы
А. С. Макаров

Нижний Новгород, 2017

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям магистрантов и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и магистрантов по направлению 38.04.08 «Финансы и кредит» магистерская программа «Финансы».

Программа разработана в соответствии с:

- ОС НИУ ВШЭ по направлению подготовки 38.04.08 «Финансы и кредит»;
- ОП «Финансы» для направления подготовки 38.04.08 «Финансы и кредит»;
- Объединенным учебным планом подготовки магистров по направлению 38.04.08 «Финансы и кредит» магистерская программа «Финансы» НИУ ВШЭ – Нижний Новгород, утвержденным в 2016 г.

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг на рынке финансовых услуг» являются:

- приобретение магистрантами знаний об основах взаимоотношений банка и его клиентов; требованиях, предъявляемых фирмами при выборе банка и банком при выборе клиента; о современных банковских продуктах и услугах и величине их жизненного цикла;
- приобретение умений и практических навыков осуществления банковских операций; навыков разработки и подготовки к выходу на рынок банковских продуктов.

Полученные магистрантами в ходе изучения дисциплины умения и навыки могут быть использованы при проведении научных исследований и написании выпускных квалификационных работ.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- **знать:**
 - ✓ положения нормативных актов, регулирующих организацию и ведение банковской деятельности;
 - ✓ сущность и порядок осуществления банковских операций и банковских сделок;
 - ✓ систему документооборота, применяемую при совершении основных банковских операций и сделок;

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



- ✓ принципы, цели, задачи и функции маркетинга в банке;
- ✓ достоинства и недостатки различных форм организации службы маркетинга в банке;
- ✓ особенности сегментирования рынка для физических и юридических лиц;
- ✓ методики позиционирования продукта или услуги;
- ✓ порядок обобщения и использования результатов сегментирования и позиционирования;

- **уметь:**

использовать систему знаний об организации и ведении банковской деятельности для определения групп клиентов банка со схожими потребностями и покупательским поведением;

✓ проводить анализ конкурентной среды с целью исследования конкурентной позиции банка на рынке и разработки продуктового ряда с уникальными конкурентными преимуществами для целевых сегментов;

✓ оценивать уровень риска при разработке и выводе на рынок нового банковского продукта или услуги.

- **иметь навыки:**

✓ разработки маркетинговых программ, посредством которых осуществляется позиционирование продуктов для целевых рынков;

✓ выбора целевых сегментов и способов позиционирования банковских продуктов;

✓ разработки программ мотивации сотрудников посредством использования системы сбалансированных показателей.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ОС НИУ-ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способность рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности	СК-1	РБ	Изучает положения различных нормативных актов, регулирующих банковскую деятельность, дает оценку данным положениям. Изучает методики сегментирования рынка	Лекционные и семинарские занятия, самостоятельная работа студентов при подготовке к семинарским занятиям	Семинарские занятия, экзамен

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Компетенция	Код по ОС НИУ-ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
			банковских услуг для физических и юридических лиц, методики позиционирования продукта или услуги, изложенные в специальной литературе.		
Способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять перспективные направления дальнейших исследований, составлять программу собственных исследований	ПК-1	СД	Осуществляет поиск специальной литературы к выполнению текущих заданий к семинарским занятиям и индивидуальной контрольной работы, используя как печатные издания, так и автоматизированные информационно-поисковые системы (в частности, Консультант Плюс, базы электронных ресурсов НИУ ВШЭ). Владеет положениями различных нормативных актов, регулирующих банковскую деятельность, дает оценку данным положениям. Владеет методи-	Семинарские занятия по тематике дисциплины, в том числе с использованием автоматизированной системы нормативных актов типа «Консультант-Плюс», самостоятельная работа студентов	Семинарские занятия, экзамен

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Компетенция	Код по ОС НИУ-ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
			ками сегментирования рынка банковских услуг для физических и юридических лиц, методиками позиционирования продукта или услуги, изложенными в специальной литературе.		
способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой, вносить оригинальные предложения по направлениям и методам исследования, обосновывать собственный вклад в развитие выбранного направления исследования	ПК-7	СД	На основании вышеизложенных источников информации разрабатывает собственные методики для конкретного банковского продукта или сегмента рынка	Лекционные занятия, самостоятельная работа студентов при подготовке к семинарским занятиям	Семинарские занятия, экзамен
Способен самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности (риска), разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации	ПК-31	СД	Выявляет и оценивает уровень риска (кредитного, рыночного, операционного) при разработке и выводе на рынок нового банковского продукта или услуги; разрабатывает информационно-методическое	Лекционные, семинарские занятия по тематике дисциплины, в том числе с использованием автоматизированной системы нормативных актов типа «Консультант-Плюс», самостоятельная работа студентов	Семинарские занятия, экзамен

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Компетенция	Код по ОС НИУ-ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
разработанных проектов и программ			обеспечение (паспорт продукта) для одного из направлений деятельности банка		
Способен разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	ПК-32	СД	На основе использования системы сбалансированных показателей разрабатывает программу мотивации сотрудников подразделения банка по выводу на рынок нового продукта	Лекционные, семинарские занятия по тематике дисциплины, с использованием ППП «Консультант-Плюс», самостоятельная работа студентов	Семинарские занятия, экзамен

Дополнительные профессиональные компетенции, формируемые учебной дисциплиной «Маркетинг на рынке финансовых услуг»

ДПК-1 «Разрабатывает стандарты и внутренние регламенты по процессу финансового консультирования и финансового планирования»		
1. Уметь: 1.1. Понимать особенности бизнеса организации и его функционирование 1.2. Анализировать и выносить суждение о применимости методик финансового планирования для отдельных категорий клиентов 1.3. Получать, интерпретировать и документировать результаты исследований 2. Знать: 2.1. Базовые финансовые продукты и услуги, их характеристики 2.2. Основные положения банковского законодательства в части регулирования операций и сделок с клиентами банков и других финансовых институ-	ПС 439 Специалист по финансовому консультированию С/01.7 Разработка методологии и стандартизация процесса финансового консультирования и финансового планирования	
	Необходимые умения	Необходимые знания
	Устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения, коммуникации с сотрудниками организации Формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования	Основы стратегического менеджмента и маркетинга Основные понятия и современные принципы работы с информацией, корпоративные информационные системы и базы данных Основы управления проектами

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



тов 2.3. Современный рынок финансовых услуг в России и в мире, история его развития. Перспективы развития финансового рынка, его продуктов и технологий 3. Владеть: 3.1. Информацией о состоянии рынка финансовых услуг в РФ 3.2. Законодательной базой регулирования банковской деятельности и оказания других финансовых услуг в РФ	Понимать особенности бизнеса организации и его функционирование Определять приоритеты и текущие цели процесса финансового консультирования для всех подразделений организации Руководить разработкой корпоративных регламентных документов по процессу финансового консультирования Оценивать ресурсные затраты, необходимые для обеспечения эффективного внедрения и функционирования процесса финансового консультирования и финансового планирования Пользоваться лучшими мировыми практиками по финансовому консультированию Анализировать и выносить суждение о применимости методик финансового планирования для отдельных категорий клиентов Анализировать информацию, тенденции лучших мировых практик и уровень аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования в отрасли и в организации Оценивать ресурсные затраты на внедрение и функционирование	Основы теории корпоративных финансов Основные положения национальных и международных стандартов и руководств в области управления информационными технологиями и информационной безопасности Основные информационные технологии, применяемые в процессе финансового консультирования Требования к аппаратно-информационному обеспечению финансового консультирования Бюджет организации на внедрение и поддержание аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования Основы бизнес-планирования и прогнозирования Содержание, основные элементы и принципы процесса оперативного планирования Основные международные, национальные стандарты, а также лучшие практики по финансовому планированию Корпоративные акты, определяющие общую стратегию развития организации Ключевые и
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



	<p>аппаратно-информационной составляющей процесса финансового консультирования</p> <p>Оценивать полезность внедрения и затраты на внедрение автоматизированных информационных систем по финансовому консультированию</p> <p>Координировать деятельность сторонних организаций и вести переговоры по вопросам аппаратно-информационного обеспечения процесса финансового консультирования</p> <p>Разрабатывать, формулировать технические задания и управлять проектами аппаратно-информационного обеспечения финансового консультирования</p> <p>Владеть программным обеспечением (текстовые, графические, табличные и аналитические приложения, приложения для визуального представления данных) для работы с информацией на уровне опытного пользователя</p> <p>Формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования и доносить ее до всех заинтересованных сторон</p>	<p>обеспечивающие бизнес-процессы организации</p> <p>Документы, определяющие порядок создания корпоративных регламентных документов в организации, порядок их согласования и утверждения</p>
ДПК-2 «Обосновывает выбор альтернативных вариантов размещения или заимствования		

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



средств частных клиентов в банках. Анализирует преимущества использования конкретного банковского продукта для клиента и банка»		
1. Уметь: 1.1. Сравнить параметры альтернативных вариантов размещения или заимствования средств частных клиентов в банках 1.2. Организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг 1.3. Организовывать и проводить деловые переговоры. Предотвращать и улаживать конфликтные ситуации 2. Знать: 2.1. Базовые финансовые продукты и услуги, их характеристики 2.2. Экономические и юридические аспекты оказания финансовых услуг. Принципы ведения консультационной работы с клиентами 2.3. Порядок, процедуры и условия заключения и оформления договоров на предоставление финансовых услуг (по видам услуг). Методы работы с просроченной задолженностью. 3. Владеть: 3.1. Приемами сравнительного анализа базовых финансовых продуктов и услуг 3.2. Навыками проведения договорной работы с клиентами.	ПС 439 Специалист по финансовому консультированию С/02.7 Создание и развитие организационной структуры по финансовому консультированию	
	Необходимые умения	Необходимые знания
	Устанавливать и поддерживать деловые контакты, связи, отношения, коммуникации с сотрудниками организации и заинтересованными сторонами, формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования, финансового планирования Оценивать ресурсы, необходимые для создания организационной структуры по финансовому консультированию в организации Руководить разработкой и разрабатывать документацию и положения об организационной структуре, предоставляющей услуги финансового консультирования клиентам Применять корпоративные документы и процедуры для организации эффективного процесса финансового консультирования Определять систему внутренней и внешней коммуникации и отчетности по процессу финансового консультирования Организовывать командное взаимодействие для решения поставленных	Основы организационного планирования и управления персоналом Основные подходы к осуществлению организационных изменений Полномочия и обязательства сотрудников организации по реализации плана и внедрению процесса финансового консультирования Распределение ролей и ответственности в работе подразделения по финансовому консультированию Корпоративные документы и нормативные акты Механизмы и система внутренней и внешней коммуникации и отчетности в организации Основные теории и концепции взаимодействия сотрудников в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



	<p>задач</p> <p>Определять основные показатели эффективности руководителей подразделений в части ответственности за качество услуг финансовых консультантов</p> <p>Определять потребности в обучении персонала вопросам финансового консультирования, финансового планирования</p> <p>Действовать в нестандартных и нештатных ситуациях</p>	<p>Бизнес-процессы в сфере управления персоналом в организации</p> <p>Роль и место управления персоналом в общеорганизационном управлении и его связь со стратегическими задачами организации</p>
ДПК-3 «Применяет навыки межфункционального взаимодействия для развития платежных услуг, анализирует эффективность взаимодействия для развития платежных услуг»		
<p>1. Уметь:</p> <p>1.1. Определять цели, задачи, субъектов и результаты межфункционального взаимодействия для развития платежных услуг</p> <p>1.2. Планировать взаимодействие субъектов отношений для развития платежных услуг</p> <p>1.3. Оценивать эффективность взаимодействия для развития платежных услуг</p> <p>2. Знать:</p> <p>2.1. Нормативные и методические документы, регулирующие вопросы осуществления платежных услуг</p> <p>2.2. Международную практику в осуществлении платежных услуг</p> <p>2.3. Методы и приемы анализа эффективности платежных услуг</p> <p>3. Владеть:</p> <p>3.1. Нормативной базой по вопросам функционирования платежных систем</p>	ПС 858 Предоставление платежных услуг клиентам В/01.6 Организация процесса развития платежных услуг	
	Необходимые умения	Необходимые знания
	<p>Работать с источниками данных по платежным услугам</p> <p>Выбирать модели расчета эффективности платежных услуг</p> <p>Собирать, анализировать, систематизировать сведения и данные, документировать полные и исчерпывающие требования к проектам и процессам платежных услуг, их ресурсному окружению</p> <p>Использовать технологии анализа эффективности платежных услуг</p> <p>Сравнивать показатели эффективности платежных услуг</p>	<p>Нормативные правовые акты, регулирующие осуществление платежных услуг</p> <p>Международная практика в осуществлении платежных услуг</p> <p>Методы и приемы анализа эффективности платежных услуг</p> <p>Алгоритм анализа эффективности платежных услуг</p> <p>Проектная методология</p>
ДПК-4 «Применяет навыки организации мероприятий по подготовке к внедрению платежных услуг, обеспечивает контроль соблюдения сроков внедрения платежных услуг, разрабатывает локальные нормативные акты для внедрения платежных услуг»		

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



1. Уметь: 1.1. Рассчитывать эффективность затрат на осуществление внедрения платежных услуг 1.2. Организовывать мониторинг ценовых и неценовых факторов, влияющих на внедрение платежных услуг у конкурентов и делать выводы 2. Знать: 2.1. Законодательство Российской Федерации в сфере предоставления платежных услуг клиентам 2.2. Методы расчета эффективности деятельности подразделения, оказывающего платежные услуги 2.3. Методы анализа конкуренции на рынке 2.4. Принципы клиентоориентированного подхода 3. Владеть: 3.1. Алгоритмом проведения анализа эффективности деятельности банка/подразделения в сфере платежных услуг 3.2. Организационными навыками	ПС 858 Предоставление платежных услуг клиентам В/02.6 Организация процесса внедрения платежных услуг	
	Необходимые умения	Необходимые знания
	Осуществлять подбор платежных услуг Оценивать затраты на осуществление внедрения платежных услуг Определять порядок осуществления внедрения платежных услуг Планировать и проектировать фазы, этапы, операции жизненного цикла управления проектами и процессами организации платежных услуг Работать в системе управления проектами по платежным услугам, обеспечивать бесперебойную работу организационных, методических и информационных компонентов этой системы Извлекать данные о состоянии процессов и результатов деятельности организации по платежным услугам из информационных систем Подготавливать регламентные документы по внедрению платежных услуг	Технология и методология внедрения банковских услуг Проектная методология Особенности делопроизводства платежных услуг Методы количественно-качественного анализа информации Способы применения технических средств сбора и обработки информации Технологии оказания платежных услуг
ДПК-5 «Координирует проведение рекламных кампаний и промоакций для платежных услуг, оптимизирует структуру дохода платежных услуг, работает с партнерами с целью внедрения, развития и продвижения платежных услуг»		
1. Уметь: 1.1. Выявлять потребности клиентов в сфере развития и продвижения платежных услуг 1.2. Координировать работу сотрудников по разработке и проведению рекламных компаний с целью внедрения, развития и продвижения платежных услуг 2. Знать: 2.1. Законодательство Российской Федерации в сфере развития и продвижения платежных услуг	ПС 858 Предоставление платежных услуг клиентам В/03.6 Управление развитием платежных услуг	
	Необходимые умения	Необходимые знания
	Вести мониторинг информации по вопросам платежных услуг Устанавливать и развивать деловые отношения по вопросам развития платежных услуг Презентовать платежные услуги, перспективные на	Нормативные правовые акты, регулирующие осуществление платежных услуг Особенности рынка платежных услуг Текущее состояние рынка платежных услуг Методы планирования и организации проведения

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



3. Владеть: 3.1. Методами работы в кризисных ситуациях 3.2. Методами сбора, обработки и анализа информации о платежных услугах с применением современных средств связи, аппаратно-технических средств и компьютерных технологий	правления их развития Организовывать и проводить деловые встречи и переговоры по вопросам развития платежных услуг	рекламных и информационных кампаний по платежным услугам Методы работы в кризисных ситуациях Основы социологии, психологии, менеджмента и маркетинга Основы эффективных межличностных коммуникаций Этика делового общения Отечественный и зарубежный опыт в области платежных услуг Методы сбора, обработки и анализа информации о платежных услугах с применением современных средств связи, аппаратно-технических средств и компьютерных технологий Современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере права, бухгалтерского учета
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина является дисциплиной по выбору (М.2.В) объединенного учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.08 "Финансы и кредит", магистерская программа «Финансы». Дисциплина реализуется на 2 курсе в 1-2 модулях.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах учебных планов НИУ ВШЭ по направлению 38.03.01. "Экономика" подготовки бакалавра:

- Макроэкономика;
- Микроэкономика;
- Экономический анализ;
- Теория вероятностей и статистика;
- Финансовый менеджмент;
- Финансовые рынки и финансовые институты;

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



- Учет и экономический анализ в кредитных организациях;
- Розничный бизнес коммерческих банков.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах учебных планов НИУ ВШЭ по направлению 38.04.08 "Финансы и кредит" магистерская программа «Финансы», подготовки магистров:

- Банковский менеджмент;
- Денежно-кредитная политика и ее роль в макроэкономической стабилизации;
- Кредитная политика банка;
- Анализ финансовых рынков

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем в процессе научно-исследовательской работы магистрантов, при выполнении магистерской диссертации, в профессиональной деятельности.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

Знать

- функции финансовых посредников, принципы организации деятельности финансовых институтов,
- устройство финансовой системы, структуру и специфику финансовых рынков,
- способы государственного регулирования банков и принципы эффективного надзора за банками,
- банковские операции и сделки, принципы составления финансовой отчетности банков,
- показатели и методы оценки финансовой устойчивости банков;
- специфику рисков банковской деятельности и подходы к их оценке.

Уметь

- оценивать макроэкономические показатели банковского сектора, состояние и перспективы развития финансовых рынков,
- анализировать финансовую отчетность банка и делать выводы о его финансовом состоянии,
- рассчитывать показатели финансовой устойчивости банка и выявлять признаки финансовых проблем,

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



- использовать аналитические материалы Банка России и надзорных органов других стран для получения информации о состоянии банковского и финансового сектора,
- оценивать влияние макроэкономической ситуации в стране на деятельность банков;
- устанавливать взаимосвязи между уровнем рисков банковской деятельности, их доходностью и ликвидностью.

Владеть навыками:

- работы с аналитическими материалами, касающимися макропруденциальной политики,
- корпоративного управления в банке, организации работы основных подразделений банка,
- экономического анализа деятельности банка и интерпретации его финансовой отчетности,
- составления обоснований по предлагаемым рекомендациям по совершенствованию деятельности банка,
- применения международных рекомендаций и стандартов качества банковской деятельности в деятельности конкретного банка,
- разработки внутренних процедур оценки рисков деятельности банка.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем в процессе научно-исследовательской работы магистрантов, при выполнении магистерской диссертации, в профессиональной деятельности.

5. Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Принципы выработки ценовой политики и стратегии банка.	14	2	2		10
2	Пути перехода к банковскому ценообразованию на основе экономической ценности.	24	2	4		18
3	Управление ценообразованием на банковские продукты для физических лиц.	24	2	4		18

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



4	Управление ценообразованием при кредитовании юридических лиц.	28	2	4		22
5	Маркетинг партнерских отношений и банковское ценообразование.	30	4	4		22
6	Вызовы будущего для потребительского рынка банковских и страховых услуг.	32	4	6		22
	ИТОГО	152 (4 з.е.)	16	24		112

6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	модуль		Параметры
		1	2	
Итоговый	Экзамен		*	Письменный тест. Результаты контроля оцениваются не позднее 2-х дней после даты проведения экзамена

7. Критерии оценки знаний, навыков

Результатом проверки работы магистрантов является оценка, выставляемая по 10-ти балльной шкале в соответствии со следующими критериями:

- высшая оценка в 10 баллов выставляется при отличном выполнении контрольной работы, а также при полном развернутом верном ответе на вопросы по содержанию курса, то есть при наличии полных, оригинальных и правильных ответов;
- оценка в 7-8-9 баллов выставляется при наличии верных и правильных ответов на вопросы по содержанию курса, при грамотном выполнении контрольной работы, но при отсутствии какого-либо из выше перечисленных отличительных признаков, как, например: детальных выкладок или пояснений;
- оценка в 6 баллов выставляется при наличии отдельных неточностей в ответах на вопросы по содержанию курса и при выполнении контрольной работы;

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



- оценка в 5 баллов выставляется в случаях, когда в ответах и в контрольной работе имеются неточности и ошибки, свидетельствующие о недостаточном понимании вопросов и требующие дополнительного обращения к тематическим материалам;
- оценка в 4 балла выставляется при наличии серьезных ошибок и пробелов в знаниях по контролируемой тематике;
- оценка в 3 балла выставляется при наличии лишь отдельных положительных моментов в выполненной контрольной работе и представленных ответах на вопросы по содержанию курса;
- оценка в 2 балла выставляется при полном отсутствии положительных моментов в выполненной контрольной работе и представленных ответах на вопросы по содержанию курса;
- оценка в 1 или 0 баллов выставляется в случаях, когда небрежные записи, неправильные ответы, кроме того, сопровождаются какими-либо демонстративными проявлениями безграмотности или неэтичного отношения к изучаемой теме и предмету в целом.

8. Содержание дисциплины

Тема 1. Принципы выработки ценовой политики и стратегии банка.

Лекции (2 ч.), Семинары (2 ч.):

Функция маркетинга как одна из основных функций в организации. Миссия, видение и ценности банкинга. Основные концепции маркетинга. Масштабное переосмысление маркетинга. Типовые инструменты и методы стратегического анализа. Маркетинговые и организационные источники роста стоимости бизнеса. Основные способы формирования цен и логика связи цены и издержек в рыночной экономике.

Базовый учебник [гл.1, гл.4]

Основная литература [1,2]

Дополнительная литература [1-4]

Источник в Интернете [3]

Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.

**Тема 2. Пути перехода к банковскому ценообразованию на основе экономической ценности.**

Лекции (2 ч.), Семинары (4 ч.):

Версия Маркетинг 3.0 (переход от ориентации на потребителя к ориентации на человека). Бизнес-модель на основе ценностей. Основные способы формирования цен и логика связи цены и издержек в рыночной экономике. Ценность продукта (услуг) и от чего она зависит. Пять компонентов бизнеса. Экономически ценные навыки. Основные потребности, наиболее сильно влияющие на наши решения и поступки. Десять способов оценить рынок. Двенадцать стандартных форм ценности. Воспринимаемая ценность продукта (услуги). Эффект Парето в банковской деятельности. Матрица анализа выгодности оказания услуг/обслуживания клиентов. Сравнение клиентской и банковской ценностей.

Базовый учебник [гл. 1]

Основная литература [1-2]

Дополнительная литература [1-3]

Источник в Интернете [1,2]

*Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.***Тема 3. Управление ценообразованием на банковские продукты для физических лиц.**

Лекции (2 ч.), Семинары (4 ч.):

Общие критерии, согласно которым потенциальные покупатели оценивают возможность покупки. Проверка относительной важности (Методика Джордана Лувье). Набор стратегических допущений. Выбор возможного покупателя. Квалификационный отбор. Правила квалификационного отбора. Эффективные методы для формирования и управления клиентской базой. Использование оценок клиентских отношений для объяснения клиентского поведения (модель Болтона). Ценность клиентской базы как актива (жизненный цикл клиента) – CLV (customer lifetime value). Кастомизация клиентов.

Базовый учебник [гл. 4]

Основная литература [1,2]

Дополнительная литература [1-4]

Источник в Интернете [3]

*Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.***Тема 4. Управление ценообразованием на банковские продукты для юридических лиц.**

Лекции (2 ч.), Семинары (4 ч.):

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Управление источниками генерации стоимости. Сравнение клиентской и банковской ценностей. Маркетинговые переменные для влияния на поведение клиента и его CLV. Привлечение клиентов. Удержание клиентов. Расширение отношений с клиентами. Отказ от клиентов. Аллокация ресурсов между функциями, каналами сбыта и организационными подразделениями банка. Факторы, способствующие формированию удовлетворенности потребителя. Классификация услуг банка. Модель индивидуально-затратного ценообразования. Ценовая дискриминация – путь к повышению прибыльности банка. Группировка по категориям услуг для юридических лиц. Расчетные операции; кассовые операции; размещение средств; хранение ценностей; финансирование; услуги на фондовом рынке; организация финансирования; консультационные услуги; специальные отраслевые предложения. Законодательство о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Базовый учебник [гл.3-4]

Основная литература [1,2]

Дополнительная литература [1-4]

Источник в Интернете [4]

Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.

Тема 5. Маркетинг партнерских отношений и банковское ценообразование

Лекции (4 ч.), Семинары (4 ч.):

Клиентоориентированность – основное направление развития современного менеджмента. Новая управленческая парадигма – управление взаимоотношениями с клиентами (CRM). Эволюция и перспектива развития CRM. Принципы CRM и роль организационных возможностей и процессов. Ценность клиентских активов. Управление отношениями с клиентами и эффективность бизнеса. Значимость маркетинговых рисков для устойчивого функционирования банка. Имитационная модель Джонсона и Селнеса. Использование оценок клиентских отношений для объяснения клиентского поведения: Модель Верхоефа; Модель Грука и Реге. Проблемы формирования и управления стоимостью. Маркетинговые переменные для влияния на поведение клиента.

Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.

Базовый учебник [гл.2-3]

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Основная литература [1,2]

Дополнительная литература [1-4]

Тема 6. Вызовы будущего для потребительского рынка банковских и страховых услуг.

Лекции (4 ч.), Семинары (6 ч.):

Изменения в поведении клиентов. Доходность инвестиций в улучшение обслуживания клиентов. Современные информационные технологии в банковской деятельности. Парадигма Банка 3.0: вовлечение клиентов во взаимодействие с банком в реальном времени в данный момент и там, где им понадобилось решение. Что делать банкам сегодня, чтобы безнадежно не отстать завтра? Мобильный банкинг. Эволюция самообслуживания. Мобильные платежи: электронные деньги и инструменты хранения средств. План создания лучшего банка.

Базовый учебник [гл.4]

Основная литература [1,2]

Дополнительная литература [1-4]

Источник в Интернете [2]

Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии: проведение дискуссий, решение задач, рассмотрение кейсов на семинарах.

9. Образовательные технологии

В ходе реализации учебного процесса используются практические задачи и кейсы, деловые игры и примеры из практики управления различными аспектами деятельности коммерческого банка.

В рамках курса предусмотрены встречи с представителями коммерческих банков региона.

При реализации учебной работы предполагается решение разнообразных практических задач в рамках теоретических и практических занятий; решение сквозной задачи (case-study), охватывающей тематику раздела 1-4; проведение деловой игры; использование информационных ресурсов.

9.1. Методические рекомендации преподавателю

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Для достижения целевых установок дисциплины «Маркетинг на рынке финансовых услуг», указанных в программе дисциплины, преподавателю необходимо разработать комплекс лекционных, семинарских занятий и заданий самостоятельной работы студентов. Данный комплекс должен в полной мере отражать содержание тематик дисциплины, приведенной в учебной программе.

Кроме того, необходимо грамотно подготовить методическую и техническую базу для ведения лекционных и практических занятий.

Для наглядности преподаваемого материала, а также для его лучшего усвоения студентами рекомендуется на лекционных занятиях использовать проектор для демонстрации отдельных изучаемых вопросов.

На семинарских занятиях – раскрываются проблемы применения теоретических основ организации маркетинга в финансовых организациях при постановке и решении профессиональных практических задач.

Предметом самостоятельной работы студентов является выполнение домашних заданий, подготовка к семинарским занятиям, а также выполнение индивидуальной контрольной работы.

9.2. Методические указания студентам

Согласно учебному плану НИУ ВШЭ для направления 38.04.08 «Экономика», магистерская программа «Финансы» специализация «Финансовые рынки и банковская деятельность» (подготовка магистра) в рамках изучения курса «Маркетинг на рынке финансовых услуг» значительное количество часов отводится на самостоятельную работу студентов. Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы студентов НИУ ВШЭ – Нижний Новгород», утвержденными УМС от 30.04.2014, протокол № 4.

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



Курс «Маркетинг на рынке финансовых услуг» предполагает применение разнообразных форм самостоятельной работы студентов:

- изучение учебной, научной и методической литературы по темам дисциплины, материалов периодических изданий с привлечением электронных ресурсов НИУ – ВШЭ. Перечень нормативной и специальной литературы, рекомендуемой для изучения, приведен в п. 10 настоящей программы.

- подготовку докладов к семинарским занятиям, выполнение домашних и индивидуальных заданий. Тематика докладов к семинарским занятиям формируется на лекционных занятиях на основе изучения лекционного материала исходя из проблематики темы, ее актуальности и новизны. Студенты могут самостоятельно заявить тему для изучения и последующего выступления с докладом. Индивидуальная контрольная работа представляет собой задание творческого характера.

- подготовку к итоговому контролю – экзамену. При подготовке к экзамену помимо лекционного материала, а также материала семинарских занятий рекомендуется использовать специальную литературу, указанную в п. 10 настоящей программы.

10. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля

Примеры домашнего задания по дисциплине:

1. Основные потребности, наиболее сильно влияющие на решения и поступки клиента на финансовом рынке.

Case-study: предложите банковский продукт, удовлетворяющий наибольшее количество из основных потребностей клиентов.

(ПС 439;ТФ С/02.7;ДПК№2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)

2. Определение привлекательности потенциального рынка.

Case-study: а) определите привлекательность рынка для продукта «Кредит до получки».

б) определите привлекательность рынка для продукта «Подарочная карта».

(ПС 439;ТФ С/01.7;ДПК№1; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



3. Скрытые преимущества конкуренции. Узнайте о банках конкурентах все, что только можно:

- какие именно ценности предлагают конкуренты;
- как они привлекают к себе внимание;
- как осуществляют продажи;
- как отвечают нуждам и чаяниям потребителей;
- как решают возникающие проблемы;
- что еще не предлагают конкуренты.

Банковский продукт: а) депозиты физических лиц; б) депозиты юридических лиц; в) потребительский кредит.

(ПС №858; ТФ В/01.6; ДПК №3; умение 1.1, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)

Домашнее задание выполняется во внеаудиторное время и выносится на защиту. Рекомендуется результаты выполненного домашнего задания оформить в виде презентации, представляемой на защите. Защита задания проводится на семинарском занятии по дисциплине.

Пример тренировочного теста (case-study) по дисциплине:

1. 12 стандартных форм ценностей. Создайте банковский продукт, совмещающий несколько форм ценностей (используйте модульный принцип).
2. Создайте банковский продукт в пакетном предложении (используйте стратегию группировки).
3. Создайте банковский продукт, используя стратегию разгруппировки
(ПС 439; ТФ С/01.7; ДПК №1; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
(ПС 439; ТФ С/02.7; ДПК №2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)

10.2. Примеры заданий промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу для самопроверки студентов.

1. Ментальные модели Мангера. Корректировка ментальных моделей, отражающих работу финансовых рынков. (ПС 439; ТФ С/02.7; ДПК №2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
2. Функция маркетинга как одна из основных функций в организации. (ПС 858; ТФ В/03.6; ДПК №5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
3. Инструменты удержания организации во внешней среде. (ПС 858; ТФ В/03.6; ДПК №5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



4. Цели маркетинга. (ПС 858; ТФВ/03.6; ДПК№5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
5. Масштабное переосмысление маркетинга. Маркетинг 1.0, Маркетинг 2.0, Маркетинг 3.0. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1; знание 2.1, 2.2, 2.3)
6. Периодизация подходов к маркетингу. Эволюция маркетинга. Смена концепций маркетинга: продуктовая концепция, 4Р-концепция, концепция роста стоимости бизнеса.
7. Стратегический уровень маркетинга – стратегия STP. (ПС 858; ТФВ/01.6; ДПК№3; умение 1.1; знание 2.2, 2.3)
8. Маркетинг 3.0 – эра ценностей. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
9. Эра участия и совместный маркетинг. (ПС 858; ТФВ/03.6; ДПК№5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
10. Эра парадоксов глобализации и культурный маркетинг.
11. Эра творческого общества и духовный маркетинг.
12. Влияние представительных социальных медиа на маркетинг.
13. Бизнес-модель на основе ценностей. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
14. Ценностной подход к ценообразованию финансовых услуг. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
15. Ценность услуги/продукта и от чего она зависит. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
16. Экономически ценные навыки. (ПС 439;ТФ С/02.7;ДПК№2; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
17. Основные потребности, наиболее сильно влияющие на решения и поступки клиента на финансовом рынке. (ПС 439;ТФ С/01.7; ДПК№1; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
18. Десять способов оценить рынок. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
19. Определение привлекательности потенциального рынка.
Скрытые преимущества конкуренции. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



20. 12 стандартных форм ценностей. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
21. Эффект Парето в банковской деятельности. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
22. Модель индивидуально-затратного ценообразования. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3)
23. Матрица анализа выгодности оказания услуг/обслуживания клиентов. (ПС 858; ТФВ/02.6; ДПК№4; умение 1.1, 1.2; знание 2.1, 2.2, 2.3) (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
24. Критерии, согласно которым потенциальные покупатели оценивают возможность покупки. (ПС 858; ТФВ/03.6; ДПК№5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
25. Проблемы гипотетической фокус-группы. (ПС 858; ТФВ/03.6; ДПК№5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
26. Методика Джордана Лувье: проверка относительной важности. (ПС 858; ТФВ/03.6; ДПК№5; умение 1.1, 1.2; знание 2.1)
27. Правила квалификационного отбора. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
28. Точка выхода на рынок. (ПС 439;ТФ С/02.7; ДПК№2; умение 1.1, 1.2, 1.3; знание 2.1, 2.2, 2.3)
- Итоговый контроль нацелен на проверку сформированности всех ДПК данной программы учебной дисциплины (Раздел 3).

11. Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу магистрантов на практических занятиях: активность магистрантов в дискуссиях, правильность выполнения задания деловой игры, выступления с докладами. Оценки за работу на практических занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских и практических занятиях определяется перед промежуточным или итоговым контролем - *Оаудиторная*.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу магистрантов: правильность выполнения домашних работ, подготовку к семинарским занятиям. Оценки за самостоятельную

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



ную работу магистранта преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за самостоятельную работу определяется перед промежуточным или итоговым контролем – $O_{\text{сам. работа}}$.

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = 0,2 * O_{\text{ауд}} + 0,8 * O_{\text{сам. работа}}$$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: арифметический.

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результ}} = 0,5 * O_{\text{накопленная}} + 0,5 * O_{\text{экз}}$$

Способ округления результирующей оценки итогового контроля в форме экзамена: арифметический.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Базовый учебник

Исаев Р. А. Банк 3.0: стратегии, бизнес-процессы, инновации. [Электронный ресурс] - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. URL: <http://znanium.com/catalog>

12.2. Основная литература

1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования. Учебное пособие [Электронный ресурс] / - М.: Альп. Бизнес Букс, 2016. - 194 с. URL: <http://znanium.com/catalog>

2. Исаев Р. А. Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг. В 2-х т. Том 2 [Электронный ресурс] / - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 с. URL: <http://znanium.com/catalog>

12.3. Дополнительная литература

1. Котлер, Филип. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. [Электронный ресурс]/Филип Котлер. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. Режим доступа: <http://www.hse.alpinabook.ru/marketing/marketing-ot-a-do-ya.html>

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



2. Пухов А. В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке [Электронный ресурс]. М.: КНОРУС, 2012. 272 с. URL: <http://znanium.com/catalog>
3. Скиннер К. Будущее банкинга. Мировые тенденции и новые технологии в отрасли. М.: Гревцов Паблишер, 2009.
4. Кроксфорд Х., Абрамсон Ф. Искусство розничного банкинга: факты, аналитика, прогнозы. М.: Гревцов Паблишер, 2010.
5. Sinkey, Joseph F. Commercial bank financial management. Terry College of Business, The University of Georgia, New Jersey. 2006
6. Philip Kotler, Iwan Setiawan. Hermawan Kartajaya. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010.
7. Стивен Фрост. Настольная книга банковского аналитика. Деньги, риск и профессиональные приемы. М.: Баланс Бизнес Букс, 2006.
8. Mills, David, Kathy Wang, Brendan Malone, Anjana Ravi, Jeff Marquardt, Clinton Chen, Anton Badev, Timothy Brezinski, Linda Fahy, Kimberley Liao, Vanessa Kargenian, Max Ellithorpe, Wendy Ng, and Maria Baird (2016). "Distributed ledger technology in payments, clearing, and settlement," Finance and Economics Discussion Series 2016-095. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, <https://doi.org/10.17016/FEDS.2016.095>.
9. Липсиц И.В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке.- М.: Экономистъ, 2004.

12.4 Источники в Интернет:

1. Compilation Guide of Financial Soundness Indicators. International Monetary Fund - <http://www.imf.org/external/index.htm>
2. Обзор финансовых рынков РФ - http://www.cbr.ru/analytics/fin_r/
3. Отчет о развитии банковского сектора РФ - <http://www.cbr.ru/publ/main.asp?Prtid=Nadzor>
4. Отчет о финансовой стабильности в РФ - http://www.cbr.ru/analytics/fin_stab/
5. Distributed Ledger Technology. European Central Bank, In Focus, Issue I, 2016. (<http://www.ecb.europa.eu> 20160422_infocus_dlt.pdf).
6. Compilation Guide of Financial Soundness Indicators. International Monetary Fund - <http://www.imf.org/external/index.htm>

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



7. McDonald J. 2009. What will credit card look like in 25, 50 or 100 years? CreditCards.com (<http://www.creditcards.com/creditcard-news/credit-cards-of-the-distant-future-1273.php/>). February 17.
8. Gemalto. E-banking Security.net (<http://www.ebankingsecurity.net/stats/>) .
9. Banking on Technology. The Bankwatch (<http://thebankwatch.com/2005/01/09/banking-on-technology/>)

12.5 Литература для самостоятельного изучения студентом

1. King, Brett. Bank 3.0: Why Banking is No Longer Somewhere You Go, but Something You Do. Marshall Cavendish (International), Asia Pte Ltd. 2012.
2. King, Brett. Bank 2.0: How customer behavior and technology will change the future of financial services. Marshall Cavendish (International), Asia Pte Ltd. 2010.
4. Feniks de, Reggy and Peverelli, Roger. Reinventing Financial Services: What consumers expect from future banks and insurers. Financial Times. 2012.
5. Rose, Peter S. Commercial bank management. Texas University, IRWIN Homewood, Boston, 1993.

12.6 Программные средства

Для успешного освоения дисциплины студенты используют следующие профессиональные пакеты программных средств: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Информационная система «Консультант – Плюс», Информационная система ГА-РАНТ и др.

12.7 Дистанционная поддержка дисциплины

Предусмотрено регулярное снабжение магистрантов текущими материалами по дисциплине в форме электронных документов, содержащих лекции, нормативные документы, практические пособия, примеры выполнения задания.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные и практические занятия по дисциплине проводятся в лекционных аудиториях/помещениях для семинарских занятий, оснащенных современными компьютерами, а также оборудованных видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющих выход в Интернет.

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.



НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Программа дисциплины «Маркетинг на рынке финансовых услуг» для направления 38.04.08 «Финансы и кредит» подготовки магистра по программе «Финансы»

Разработчик программы:

Маляев В.Б., доцент кафедры
банковского дела, к. т. н., Ph.D, доцент

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.