

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ
И.о.декана факультета

Кочербаева А.А.

2024г.

Финансово-банковские продукты и их продвижение

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Финансы и кредит**

Учебный план b380301_23_0 эк_фик.rlx
Направление 38.03.01 - РФ, 580100 - КР Экономика
Профиль "Финансы и кредит"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 64
самостоятельная работа 79,8

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 6

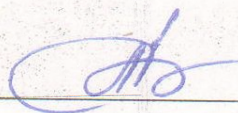
Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<u><Курс></u> . <u><Семестр на курсе></u>)	6 (3.2)		Итого	
	16			
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64,2	64,2	64,2	64,2
Сам. работа	79,8	79,8	79,8	79,8
Итого	144	144	144	144

УП: b380301_23_0 эк_фик.plx

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Асанбекова Анара Асековна



Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Финансово-банковские продукты и их продвижение

разработана в соответствии с ФГОС 3+:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана:

Направление 38.03.01 - РФ, 580100 - КР Экономика

Профиль "Финансы и кредит"

утвержденного учёным советом вуза от _____ протокол № _____

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Финансы и кредит

Протокол от 25.09.2024 г. № 2

Срок действия программы: 2022 2026 уч.г.

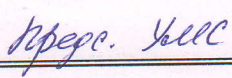
И.о.зав. кафедрой Джумакова А.А.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
_____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Финансы и кредит

Протокол от 25 сентября 2024 г. № 2. 
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Джумакова

 Предс. УМС  

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Финансы и кредит

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Джумакова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Финансы и кредит

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Джумакова

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС
_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Финансы и кредит

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., доцент Джумакова

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины финансово-банковские продукты и их продвижение является в формировании у студентов представления о современных услугах финансово-банковских институтов, изучение рынков и навыков решения профессиональных задач по организации продвижения финансово-банковских продуктов на рынке.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Деньги, кредит, банки	
2.1.2	Анализ деятельности коммерческих банков	
2.1.3	Маркетинг	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Национальная экономика	
2.2.2	Управление банковскими рисками	
2.2.3	Анализ конъюнктуры рынка финансовых услуг	
2.2.4	Анализ деятельности коммерческих банков	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен анализировать и оценивать состояние и тенденции на рынке банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынках

Знать:

Уровень 1	- элементы рынка банковских услуг, ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков; - биржевые индексы, показатели и критерии их оценки; - современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере права, финансового планирования, управления финансами.
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	- получать, интерпретировать и документировать результаты исследований; - оценивать качество, достаточность и надежность информации по контрагентам; - анализировать полученную информацию с применением специальных приемов; - делать обоснованные выводы о конъюнктуре финансового рынка, товарно-сырьевых рынков.
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	- методами проведения исследований финансового рынка и изучения предложения финансовых услуг; - современными навыками и приемами организации и поддержания постоянных контактов с рейтинговыми агентствами и консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, государственными и муниципальными органами управления.
-----------	---

ПК-3: Способен анализировать состояние рынка банковских корпоративных кредитов и разработать механизмы продаж кредитных продуктов для корпоративных заемщиков

Знать:

Уровень 1	- Элементы рынка корпоративных кредитов; - Виды кредитов и типы заемщиков; - Конкурентную среду и ценовую политику конкурентов; - Каналы продаж кредитных продуктов корпоративным клиентам.
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	- Анализировать и проводить мониторинг конъюнктуры рынка и принимать обоснованные решения по результатам анализа; - Сегментировать и анализировать рыночные сегменты корпоративных кредитных продуктов; - Выявлять и анализировать потребности корпоративных клиентов; - Применять инструменты продаж кредитных продуктов корпоративным клиентам.
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	- Современными методами получения, анализа, обработки информации; - Методами выявления потребностей клиентов в кредитных продуктах; - Маркетинговыми приемами продажи банковских продуктов.
-----------	---

ПК-4: Способен анализировать и оценивать платежеспособность и кредитоспособность корпоративных заемщиков и сопряженных рисков

Знать:	
Уровень 1	- Перечень финансовых показателей для оценки финансового состояния, платежеспособности, кредитоспособности корпоративных клиентов; - Современные методы получения, анализа, обработки информации
Уметь:	
Уровень 1	- Читать финансовую отчетность потенциальных заемщиков; - Систематизировать и анализировать полученную информацию о финансовом состоянии корпоративного заемщика; - Принимать обоснованное решение о возможности выдачи корпоративного кредита по результатам анализа
Владеть:	
Уровень 1	- Методикой анализа и оценки кредитоспособности заемщиков; - Навыками подготовки профессионального суждения о возможности выдачи корпоративного кредита

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- варианты управленческих решений на основе критериев социально-экономической эффективности;
3.1.2	- основные методы расчета и анализа данных финансовой статистики;
3.1.3	- принципы построения современного рынка финансово-банковских продуктов и организации деятельности
3.1.4	- финансовых институтов; особенности продвижения;
3.1.5	- финансово-банковских продуктов.
3.2	Уметь:
3.2.1	- самостоятельно разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев
3.2.2	социально-экономической эффективности.
3.3	Владеть:
3.3.1	- владеть навыками разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе
3.3.2	критериев социально-экономической эффективности.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Пр. подг.	Примечание
	Раздел 1. Теоретико-методологические основы продвижения финансово-банковских продуктов							
1.1	Введение в предмет финансово - банковского продукта /Лек/	6	2	ПК-3 ПК-1	Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1			
1.2	Рынок финансово-банковских продуктов: характеристика основных сегментов /Пр/	6	2	ПК-4	Л1.8 Л1.9Л2.1Л3. 2 Э1		2	
1.3	Особенности развития банковских продуктов и банковских услуг /Лек/	6	2	ПК-3 ПК-1 ПК-4	Л1.1 Л1.3 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.3 Л2.4Л3.4 Л3.5 Э1			
1.4	Анализ деятельности развития банковских продуктов и банковских услуг (рассмотрение аналитических заданий) /Пр/	6	2		Л1.8	2		
1.5	Управление продвижением банковских продуктов /Ср/	6	6		Л1.8			

1.6	Управление продвижением банковских продуктов физическим и юридическими лицами /Ср/	6	5		Л1.8			
	Раздел 2. Конкурентный анализ финансово-банковского рынка							
2.1	Управление продвижением банковских продуктов /Лек/	6	2		Л1.8			
2.2	Анализ продвижение возможностей банковских продуктов /Пр/	6	2		Л1.8			
2.3	Системы распространения банковских продуктов /Ср/	6	4,8		Л1.8			
2.4	Сущность и классификация финансово-банковских продуктов /Лек/	6	2		Л1.8			
2.5	Техники продвижения финансовых продуктов /Пр/	6	2		Л1.8			
2.6	Рынок финансово-банковских продуктов: характеристика основных сегментов /Лек/	6	4		Л1.8			
2.7	Анализ маркетинговых возможностей коммерческого банка /Пр/	6	2		Л1.8			
2.8	Анализ банковской системы Кыргызской Республики /Ср/	6	3,8		Л1.8			
	Раздел 3. Системы распространения банковских продуктов							
3.1	Конкурентный анализ финансово - банковского рынка /Лек/	6	2		Л1.8			
3.2	Анализ маркетинговой среды коммерческого банка /Пр/	6	2		Л1.8			
3.3	Система маркетинговой информации в финансово-банковских учреждениях /Ср/	6	4		Л1.8			
3.4	Модели покупательского поведения клиентов розничного и корпоративного банковского рынков /Лек/	6	2		Л1.8	2		
3.5	Анализ модели покупательского поведения клиентов розничного и корпоративного банковского рынков (рассмотрение практических ситуаций) /Пр/	6			Л1.8			
3.6	Модели покупательского поведения клиентов розничного и корпоративного банковского рынков /Ср/	6	5		Л1.8			
3.7	Сегментация финансово-банковского рынка /Лек/	6	2		Л1.8			
3.8	Отбор целевых сегментов и позиционирование на банковском рынке /Пр/	6	4		Л1.8			

3.9	Отбор целевых сегментов и позиционирование на банковском рынке /Ср/	6	5		Л1.8			
3.10	/КрТО/	6						
	Раздел 4. Стратегия маркетинга в финансово-банковской деятельности							
4.1	Продуктовая стратегия маркетинга в финансово-банковских учреждениях /Лек/	6	2		Л1.8			
4.2	Анализ кредитных, депозитных и инвестиционных услуг коммерческого банка. /Пр/	6	4		Л1.8			
4.3	Анализ кредитных услуг , депозитных услуг коммерческого банка. Анализ инвестиционных услуг коммерческого банка. Анализ прочих банковских услуг. /Ср/	6	6		Л1.8			
4.4	Ценовая стратегия маркетинга в финансово-банковских учреждениях /Лек/	6	2		Л1.8			
4.5	Анализ процесса ценообразования на финансово-банковские продукты и услуги. /Пр/	6	2		Л1.8			
4.6	Особенности ценовой политики в финансово-банковской сфере /Ср/	6	2		Л1.8			
4.7	Ценовая стратегия маркетинга в финансово-банковских учреждениях /Ср/	6	6		Л1.8			
	Раздел 5. Коммуникационная стратегия продвижение в финансово - банковской сфере							
5.1	Маркетинговая стратегия в области систем доставки финансово-банковских продуктов /Лек/	6	2		Л1.8			
5.2	Виды систем доставки финансово-банковских продуктов /Пр/	6	2		Л1.8			
5.3	Процесс принятия решения о размещении точек сбыта /Ср/	6	8		Л1.8			
5.4	Коммуникационная стратегия в области систем доставки финансово-банковских продуктов /Лек/	6	2		Л1.8			
5.5	Анализ маркетинговых коммуникаций в банковской сфере /Пр/	6	2		Л1.8			
5.6	Коммуникационная стратегия в области систем доставки финансово-банковских продуктов /Ср/	6	8		Л1.8			
5.7	Реклама в финансово-банковской сфере /Лек/	6	2		Л1.8			

5.8	Анализ стимулирование сбыта финансово-банковских продуктов /Пр/	6	2		Л1.8			
5.9	Связи с общественностью в финансово-банковской сфере /Ср/	6	8		Л1.8			
5.10	Маркетинговый аудит и реинжиниринг в финансово-банковской сфере /Лек/	6	4		Л1.8			
5.11	Анализ маркетингового аудита и реинжиниринга в финансово-банковской сфере /Пр/	6	4		Л1.8			
5.12	Маркетинговый аудит и реинжиниринг в финансово-банковской сфере /Ср/	6	8,2		Л1.8			
5.13	Семестровый рейтинг по дисциплине /КрТО/	6	0,2		Л1.8			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проверки уровня облученности "Знать"

1. Понятие и виды финансово-банковских продуктов.
2. Стратегия продуктового ряда банка, небанковской финансовой организации.
3. Стратегия выведения услуги-новинки на финансовый рынок.
4. Сегментация рынка финансово-банковских услуг.
5. Критерии сегментации рынка финансово-банковских услуг.
6. Банковская услуга и её характеристика.
7. Жизненный цикл банковской услуги.
8. Позиционирование банковских услуг на рынке.
9. Управление продуктовой линейкой банка.
10. Сервисная политика банка, её составляющие.
11. Методы разработки новой банковской услуги.
12. Характеристика элементов микросреды банка.
13. Макросреда банка, её составляющие.
14. Маркетинговая информационная система в банке: сущность и функции.
15. Маркетинговые исследования в банковской деятельности.
16. Сферы и виды маркетинговых исследований.
17. Понятие, сущность стратегического банковского маркетинга
18. Анализ состояния рынка финансово-банковских услуг.
19. Виды и источники маркетинговой информации.
20. Реализация маркетинговых мероприятий в банке.
21. Контактные аудитории банка: их виды и характеристика.
22. Понятие и сущность банковского маркетинга.
23. Функции банковского маркетинга.
24. Служба банковского маркетинга: особенности организации, функции.
25. Особенности маркетинга в банковской сфере.
26. Стратегия маркетинговой деятельности банка: сущность, составляющие.
27. Клиентура, основные типы клиентских рынков.
28. Определение целевых сегментов клиентского рынка.
29. Системы распространения банковских услуг.
30. Формирование коммуникационной стратегии банка.
31. Основные средства маркетинговых коммуникаций.
32. Система стимулирования сбыта финансово-банковских услуг.
33. Личное продвижение финансово-банковских банковских услуг.
34. Особенности продвижения инновационных банковских услуг на рынок.
35. Содержание и виды банковской рекламы.
36. Связи с общественностью, как инструмент коммуникационной политики банка.
37. Банковская реклама: сущность и проблемное содержание, развитие отдельных форм.
38. Оценка эффективности рекламной компании финансово-банковских продуктов.
39. Организация управления продвижением финансово-банковских продуктов в банке.
40. Практика подготовки маркетинговых исследований рынка финансово-банковских услуг.
41. Практика подготовки коммуникационной стратегии банка.
42. Практика подготовки плана и бюджета рекламных мероприятий финансовой организации.

Задания для проверки уровня обученности "Уметь":

1. Определите модель покупательского поведения клиентов оптового банковского рынка
2. Проанализируйте принципы сегментирования розничного банковского рынка.
3. Основные этапы процесса маркетингового контроля в банке.
4. Проведите факторный анализ организации.
5. Исследование основных этапов выявления отношений банка с конкурентами.
6. Виды направлений анализа стратегии конкурента (функциональный аспект, в разрезе подразделений и всего банка в целом).
7. Определите элементы макросреды банка.
8. Проанализируйте функции маркетинга продвижение в финансово-банковской сфере.
9. Определите структуру и основные направления анализа микросреды банка.

Задания для проверки уровня обученности "Владеть"

Задание 1. На основе изучения текущих тенденций на рынке банковских услуг и анализа продуктового ряда коммерческого банка региона необходимо предложить усовершенствованный банковский продукт для предприятий реального сектора экономики. Разработать план мероприятий по разработке и внедрению банковского продукта на рынке. Выводы представить в письменной форме.

Задание 2. На основе изучения цен на банковском рынке разработать перечень мероприятий по формированию тарифной политики на услуги системы «Интернет-банкинг» для клиентов (юридических и физических лиц) вновь создаваемого коммерческого банка. Проанализируйте ответ.

Задание 3. Изучить особенности формирования продуктового ряда крупнейших коммерческих банков Кыргызстана.

Анализ провести по следующим направлениям:

- выявление банков с наиболее крупными объемами кредитных вложений;
- выявление банков, наиболее активно кредитующих население;
- выявление банков, занимающих лидирующие позиции в ипотечном кредитовании.

Результаты анализа оформить в виде таблиц.

Задание 4. Изучить зарубежный опыт формирования продуктового ряда коммерческих банков Кыргызстана.

Задание 5. 1. Проанализировать маркетинговую деятельность регионального банка. Для анализа использовать публикации в экономических журналах, ресурсы Интернет, рекламную продукцию анализируемого банка и любую другую доступную информацию.

Результаты анализа изложить в письменном виде по следующим направлениям:

- общая характеристика и специализация банка;
- позиционирование банка на рынке банковских услуг;
- характеристика банковских продуктов и услуг, предлагаемых данным банком;
- сопоставление с банками-конкурентами;
- характеристика клиентской базы банка;
- способы продвижения своих банковских продуктов.

2. На основании анализа:

- сделать конкретные предложения по активизации маркетинговой деятельности для данного банка, позволяющие использовать его конкурентные преимущества на рынке банковских услуг;

3. Подготовить презентации и защитить выполненную работу.

Задание 6. Изучить у нескольких местных банков предлагаемые ими банковские продукты с точки зрения жизненного цикла. Изучение провести на основании материалов, опубликованных в средствах массовой информации, а также используя Интернет-ресурсы.

Выявить для каждого этапа жизненного цикла свои группы банковских продуктов. Сделать выводы. Результаты представить в табличной форме.

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Курсовая работа по дисциплине "Финансово-банковские продукты и их продвижение" учебным планом не предусмотрена.

5.3. Фонд оценочных средств

1. Экспресс-опросы перед началом (или в конце) каждой лекции.

2. Реферат по предложенной тематике тем. Тема рефератов выбирается студентом согласно плана выполнения практических и семинарских занятий, а также перечня выполнения тематики самостоятельных работ.

Реферат должен в достаточной мере раскрывать избранную тематику. Реферат представляет собой результат реферирования учебной литературы или иного источника по определенной теме, т.е. краткий обзор основного содержания согласно тематике лекционных тем.

3. ПИР на тему: «ПИР на тему: "Сегментация рынка в продвижение финансово-банковских продуктов и услуг"». ПИР как форма научно-исследовательской работы студентов представляет собой самостоятельную деятельность студента, направленную на получение и применение новых знаний и включающую в себя фундаментальные, прикладные научные исследования и экспериментальные разработки. В самом общем понимании она предполагает проведение работ поискового теоретического и прикладного характера, выполняемых с целью проверки научных гипотез, научных обобщений, научного обоснования проектов, а также расширения, углубления и систематизации знаний по определенной научной проблеме и создания некоторого научного задела в данной плоскости.

4. Написание эссе по предложенной тематике лекционному материалу. Написать небольшой объем, свободная композиция, которые передают индивидуальные размышления, впечатления, суждения автора по той или иной теме (о

событии или явлении). Эссе как элемент образовательного процесса дает студенту наибольшую степень свободы творчества и экспрессивности, позволяя высказать собственную авторскую позицию и реализовать индивидуальный авторский стиль.

5. Подготовка и сдача аналитических заданий:

1. "Анализ функции маркетинга в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".
2. "Анализ маркетинговой среды в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".
3. Анализ принципов сегментации в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".

5.4. Перечень видов оценочных средств

1. Экспресс-опросы.
2. Реферат.
3. ПИР.
4. Эссе.
5. Аналитические задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Под ред. С.И. Лушина, В.А. Слепова	Финансы: Учебник	Москва .: Экономистъ 2005
Л1.2	Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др	Организация самостоятельной работы студентов:: учебно-методическое пособие	КРСУ 2014
Л1.3	Новиков А. М., Новиков Д. А.	Методология: словарь системы основных понятий: учебник	Либроком 2013
Л1.4	Годин А.М.	Маркетинг: учебник для бакалавров	Дашков и К 2014
Л1.5	Кметь Е.Б.	Управление маркетингом : учебник	Вузовское образование 2016
Л1.6		Стратегия управления государственным долгом Кыргызской Республики на 2016-2018 годы Утверждена постановлением Правительства Кыргызской Республики от 6 октября 2016 года № 532: Нормативно-правовой акт	2016
Л1.7	Шаталова	Банковские рейтинги в системе риск-менеджмента: Учебное пособие	2018
Л1.8	коллектив авторов	ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ: Учебное пособие	КНОРУС 2010
Л1.9	И.В.Додонова, О.В. Кабанова	АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ОБРАБОТКА БАНКОВСКОЙ ИНФОРМАЦИИ: Учебное пособие	КНОРУС 2010

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Под ред. Е.Ф. Жукова	Рынок ценных бумаг: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям	Москва .: ЮНИТИ-ДАНА 2009
Л2.2	В. Петров	Российский финансовый рынок: оценки и прогнозы	
Л2.3	Костерина Т.М.	Банковское дело: учебник для бакалавров	М.: Юрайт 2012
Л2.4		Банковское дело. Управление и технологии [Электронный ресурс] : Учебник для вузов	М. : ЮНИТИ-ДАНА 2017

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Балдин К.В., Воробьев С.Н., Уткин В.Б.	Управленческие решения (8-е издание): учебник для бакалавров	Дашков и К 2015
Л3.2	Чернатони Лесли	Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник	ЮНИТИ-ДАНА 2012
Л3.3	Грошев И.В.	Системный бренд-менеджмент : учебник	ЮНИТИ-ДАНА 2012
Л3.4	Казимагомедов А.А.	Банковское дело. Организация и регулирование: Учебник	М.: Академия 2010
Л3.5	Линников А.С.	Правовое регулирование банковской деятельности и банковский надзор в Европейском Союзе: Учебное пособие	М.: Статус 2009

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронная библиотека www.consultant.ru - Справочная правовая система «Консультант Плюс» 2. Электронная библиотека www.ach.gov.ru - официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. 3. Электронная библиотека www.government.kg - Официальный сайт Правительства Кыргызской Республики 4. Электронная библиотека http://www1.minfin.kg - Официальный сайт Министерства финансов Кыргызской Республики 5. Электронная библиотека www.nalog.kg - Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Электронная библиотека www.finnadzor.kg - Официальный сайт Государственной службы финансового регулирования и надзора за финансовым рынком Кыргызской Республики. 6.Электронная библиотека www.kazna.kg - Официальный сайт республиканского казначейства при Минфине Кыргызской Республики. 7. Электронная библиотека www.ffms.ru - Официальный сайт Федеральной службы по финансовым рынкам. 8.Электронная библиотека http://www.stat.kg - Официальный сайт Национальной службы государственной статистики Кыргызской Республики. 9. Электронные учебники	http://studyspace.ru/ .
----	--	---

6.3. Перечень информационных и образовательных технологий

6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии

6.3.1.1	6.3.1.1 Традиционная лекция предполагает презентацию материала по теме учебной дисциплины с применением мультимедийного оборудования или с использованием раздаточного материала. К традиционным семинарам и практическим занятиям относятся устные опросы и доклады по вопросам курса.
6.3.1.2	6.3.1.2 Интерактивное занятие построено на постоянной обратной связи между преподавателем и аудиторией, поощряет ведомые беседы магистрантов с преподавателем. В отличие от традиционного занятия, интерактивное занятие требует от участников активного участия и постоянной обработки информации.
6.3.1.3	6.3.1.3 К формам интерактивных лекций, применяемых в рамках дисциплины «Финансово-банковские продукты и их продвижение», относятся:
6.3.1.4	6.3.1.4 лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций.
6.3.1.5	6.3.1.5 Лекция-беседа, или «диалог с аудиторией», является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.
6.3.1.6	6.3.1.6 Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей обучаемых.
6.3.1.7	6.3.1.7 Лекция-дискуссия. В отличие от лекции-беседы здесь преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами.
6.3.1.8	6.3.1.8 Дискуссия – это взаимодействие преподавателя и учащегося, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории и, что очень важно, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых обучаемых.
6.3.1.9	6.3.1.10 По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.
6.3.1.10	6.3.1.11 Лекция с разбором конкретных ситуаций. Данная лекция по форме похожа на лекцию-дискуссию, однако, на обсуждение преподаватель ставит не вопросы, а конкретную ситуацию. Обычно, такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи, диафильме. Поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения. Слушатели анализируют и обсуждают эти микроситуации и обсуждают их сообща, всей аудиторией.

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения

6.3.2.1	1. Электронная библиотека www.consultant.ru - Справочная правовая система «Консультант Плюс»
6.3.2.2	2. Электронная библиотека www.ach.gov.ru - официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации.
6.3.2.3	3. Электронная библиотека www.government.kg - Официальный сайт Правительства Кыргызской Республики
6.3.2.4	4. Электронная библиотека http://www1.minfin.kg - Официальный сайт Министерства финансов Кыргызской Республики
6.3.2.5	5. Электронная библиотека www.nalog.kg - Официальный сайт Федеральной налоговой службы.
6.3.2.6	Электронная библиотека www.finnadzor.kg - Официальный сайт Государственной службы финансового регулирования и надзора за финансовым рынком Кыргызской Республики.
6.3.2.7	6.Электронная библиотека www.kazna.kg - Официальный сайт республиканского казначейства при Минфине Кыргызской Республики.
6.3.2.8	7. Электронная библиотека www.ffms.ru - Официальный сайт Федеральной службы по финансовым рынкам.
6.3.2.9	8.Электронная библиотека http://www.stat.kg - Официальный сайт Национальной службы государственной статистики Кыргызской

6.3.2.1 0	Республики.
6.3.2.1 1	9. Электронные учебники http://studyspace.ru/ .

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Требуемое материально-техническое обеспечение включает в себя:
7.2	1 – лекционная аудитория на 59 посадочных мест (корпус аудитория);
7.3	2 – аудитория для проведения практических и семинарских занятий (корпус аудитория);
7.4	3 –компьютерный класс (с подключением к Интернет-сети) для индивидуальной самостоятельной работы студентов, подготовки домашних заданий, презентаций, письменных работ (корпус 8 аудитория);
7.5	4 –комплекс мультимедийного оборудования (компьютер, проектор и экран) для проведения лекций и презентаций;
7.6	5 –интерактивная доска.
7.7	6 –компьютерные технологии, электронная почта.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Технологические карты дисциплины (7 семестр) приведено в Приложении 2.

Указания для выполнения контрольных точек и самостоятельных работ 7 семестр

Модуль I. Теоретико-методологические основы продвижения финансово-банковских продуктов

1.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Текущий контроль экспресс-опрос. Шкала оценивания по экспресс- опросу, приведено в Приложение 1.

1.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Сдача аналитического задания "Анализ функции маркетинга в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".

Модуль 2. Конкурентный анализ финансово-банковского рынка

2.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Реферат по предложенной тематике тем.

Тема рефератов выбирается студентом согласно плана выполнения практических и семинарских занятий, а также перечня выполнения тематики самостоятельных работ. Шкала оценивания по написанию реферата, приведено в Приложение 1

Темы рефератов

- Роль маркетинга в повышении эффективности работы продвижения финансово-банковских продуктов в условиях рыночной экономики.

- Система ценообразования и политика цен системе маркетинга продвижения финансово-банковских продуктов.

- Сбытовая и маркетинговая концепция управления маркетингом

- Организационные структуры маркетинговых служб продвижения финансово-банковских продуктов.

- Маркетинговые исследования: сущность и процесс проведения.

- Основные характеристики потребителей.

- Проблемы конкурентоспособности продвижения финансово-банковских продуктов

- Маркетинговая деятельность продвижения финансово-банковских продуктов

- Товарная политика продвижения финансово-банковских продуктов.

- Ценовая политика продвижения финансово-банковских продуктов.

- Маркетинговые стратегии продвижения финансово-банковских продуктов.

- Понятие продвижения продукта в финансово-банковских сферах.

- Методы симулирования спроса и сбыта продвижения финансово-банковских продуктов (ФОССТИС).

- Реклама, рекламная кампания.

- Товародвижение в маркетинге.

- Особенности каналов распределения в продвижения финансово-банковских продуктов

- PR-технологии в продвижения финансово-банковских продуктов.

- Современные средства информации в продвижения финансово-банковских продуктов.

- Соц.-психологические аспекты современных методов воздействия на потребителей.

- оптовая и розничная торговля в продвижения финансово-банковских продуктов.

- Маркетинг услуг в продвижения финансово-банковских продуктов.

- Маркетинг в финансово-банковских учреждений.

- Маркетинг в банковской сфере.

2.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Рубежный контроль ПИР на тему: "ПИР на тему: "Сегментация рынка в продвижение финансово-банковских продуктов и услуг"". Шкала оценивания по написанию ПИР, приведено в Приложение 1.

ПИР на тему: «ПИР на тему: "Сегментация рынка в продвижение финансово-банковских продуктов и услуг"». ПИР как форма научно-исследовательской работы студентов представляет собой самостоятельную деятельность студента, направленную на получение и применение новых знаний и включающую в себя фундаментальные, прикладные научные исследования и экспериментальные разработки. В самом общем понимании она предполагает проведение работ поискового теоретического и прикладного характера, выполняемых с целью проверки научных гипотез, научных обобщений, научного обоснования проектов, а также расширения, углубления и систематизации знаний по определенной научной проблеме и создания некоторого научного задела в данной плоскости.

Модуль 3. Системы распространения банковских продуктов

3.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Доклад по разделу. Шкала оценивания по написанию доклада, приведено в Приложение 1

3.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Эссе на тему «Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в продвижения финансово-банковских продуктов».

Написание эссе по предложенной тематике лекционному материалу. Написать небольшой объем, свободная композиция, которые передают индивидуальные размышления, впечатления, суждения автора по той или иной теме (о событии или явлении). Эссе как элемент образовательного процесса дает студенту наибольшую степень свободы творчества и экспрессивности, позволяя высказать собственную авторскую позицию и реализовать индивидуальный авторский стиль. Шкала оценивания по написанию эссе, приведено в Приложение 1

Модуль 4. Стратегия маркетинга в финансово-банковской деятельности

4.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Контроль посещаемости занятий и выполнения конспектов».

4.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Эссе на тему: «Анализа конкурентов на рынке в финансово-банковской деятельности. Написание эссе по предложенной тематике лекционному материалу. Написать небольшой объем, свободная композиция, которые передают индивидуальные размышления, впечатления, суждения автора по той или иной теме (о событии или явлении). Эссе как элемент образовательного процесса дает студенту наибольшую степень свободы творчества и экспрессивности, позволяя высказать собственную авторскую позицию и реализовать индивидуальный авторский стиль. Шкала оценивания по написанию эссе, приведено в Приложение 1

Модуль 5. Коммуникационная стратегия продвижение в финансово - банковской сфере

5.1. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Текущий контроль (контрольные точки): Контроль посещаемости занятий и выполнения конспектов.

5.2. КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА. Рубежный контроль (контрольные точки): Подготовка и сдача аналитических заданий:

1. "Анализ маркетинговой среды в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".

2. «Анализ принципов сегментации в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг".

Аналитические задания на темы: «Анализ маркетинговой среды в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг" и «Анализ принципов сегментации в продвижение финансово-банковских продуктов/ услуг". Шкала оценивания по написанию аналитических заданий, приведено в Приложение 1.

Аналитические задания это как форма научно-исследовательской работы студентов представляет собой самостоятельную деятельность студента, направленную на получение и применение новых знаний и включающую в себя фундаментальные, прикладные научные исследования и экспериментальные разработки. В самом общем понимании она предполагает проведение работ поискового теоретического и прикладного характера, выполняемых с целью проверки научных гипотез, научных обобщений, научного обоснования проектов, а также расширения, углубления и систематизации знаний по определенной научной проблеме и создания некоторого научного задела в данной плоскости.

Шкала оценивания по оформлению аналитических заданий, приведено в Приложение 1

Методические материалы по дисциплине «Основы маркетинга»:

1. Шкала оценивания по дисциплине «Финансово-банковские продукты и их продвижение» - Приложение 1.

Технологическая карта дисциплины (1 семестр) – Приложение 2.