Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАМЕНСКИЙ ФИЛИАЛ
АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Банковский менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки: 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль): Финансы и кредит

Автор (составитель): ст. преподаватель  В.В. Самойленко

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры экономики и менеджмента
«14» января 2026 года, протокол №6

Зам. директора по УМР
Черкасова Н.Н. 

Каменск-Шахтинский
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Банковский менеджмент и маркетинг» изучается обучающимися, осваивающими профиль «Финансы и кредит» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика от 12.08.2020 г. № 954.

Цель учебной дисциплины: освоение современными теоретическими и прикладными знаниями в области управления объектами банковской деятельности и формирования подходов к решению финансовых задач, ориентированных на клиента и прибыль банка.

Задачи:

- выяснить теоретические и правовые основы банковского менеджмента и маркетинга;
- раскрыть соотношение целей деятельности банка и его менеджмента и маркетинга;
- раскрыть содержание основных элементов системы банковского менеджмента и маркетинга;
- определить критерии качества банковского менеджмента;
- уяснить место менеджмента в достижении банком своих конкретных целей;
- привить профессиональные навыки применения инструментария банковского менеджмента;
- показать практику внедрения основ маркетинга в банковскую деятельность;
- рассмотреть процесс использования маркетинговой информации для принятия управленческих решений;
- приобретение навыков применения полученных в ходе обучения знаний для анализа конкретных практических ситуаций, касающихся финансовой сферы.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по финансовому консультированию», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 марта 2015 г. N 167н.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Банковский менеджмент и маркетинг относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений и изучается на 4 курсе.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучению данной учебной дисциплины по очно-заочной форме предшествует освоение следующих учебных дисциплин:

Инвестиции
Корпоративное финансовое планирование и бюджетирование
Организация деятельности центрального банка
Статистика финансов
Финансовая политика компании
Финансовый менеджмент
Международные валютно-кредитные отношения
Рынок ценных бумаг
Налоги и налогообложение
Финансовый риск-менеджмент
Финансы
Корпоративные финансы
Методы диагностики рынка финансовых услуг
Деньги, кредит, банки
Основы финансовых расчетов
Расчетные и платежные системы
Финансовая грамотность и управление финансами
Финансовые рынки и институты
Макроэкономика

Личные финансы

Микроэкономика

Параллельно с учебной дисциплиной «Банковский менеджмент и маркетинг» изучаются дисциплины:

Государственные и муниципальные финансы

Кредитная политика компании

Кредитный рынок

Финансовая среда и финансовые риски

Финансовый анализ предприятия

Финансовый мониторинг

2.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Банковский менеджмент и маркетинг» являются базой для прохождения обучающимися производственной практики: технологическая (проектно-технологическая) и преддипломной, а также для изучения учебных дисциплин:

Организация деятельности коммерческих банков

Оценка эффективности инвестиционного портфеля

Ценообразование

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен овладеть:

- ***Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ПК-15)***

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Код результата обучения
Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ПК-15)	**Знать:**	
	- целостное представление о банковском менеджменте в комплексном понимании, на всех его этапах от планирования и анализа к управлению;	ПК-15-З1
	- методы управления банковскими операциями с клиентами, особенности управления рисками, организацию сбора, обработки и анализа экономической информации, присущие банковской деятельности;	ПК-15-З2
	- проблемы и механизмы функционирования подразделений и банка в целом, основные стратегии деятельности банков с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-З3
	- о системе маркетинга в банке и его роли в обеспечении конкурентной позиции кредитной организации, сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-З4

	- маркетинговую политику деятельности банков по видам операций с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-З5
	- организационно-управленческие аспекты маркетинговой деятельности банка с целью организацию сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-З6
	Уметь:	
	- раскрывать целостное представление о банковском менеджменте в комплексном понимании, на всех его этапах от планирования и анализа к управлению;	ПК-15-У1
	- применять основные методы управления банковскими операциями с клиентами, использовать особенности управления рисками, организацию сбора, обработки и анализа экономической информации, присущие банковской деятельности;	ПК-15-У2
	- выявлять проблемы и механизмы функционирования подразделений и банка в целом, основные стратегии деятельности банков с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-У3
	- использовать применяемые методы и инструменты системы маркетинга в банке и его роли в обеспечении конкурентной позиции кредитной организации, сбора, обработки и анализа экономической информации; ПК-15-У5 - использовать маркетинговую политику в деятельности банков по видам проводимых операций с применением социологических, маркетинговых исследований; ПК-15-У6 - использовать организационно-управленческие аспекты маркетинговой деятельности банка с целью организацию сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-У4
	- использовать маркетинговую политику в деятельности банков по видам проводимых операций с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-У5
	- использовать организационно-управленческие аспекты маркетинговой деятельности банка с целью организацию сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-У6
	Владеть:	
	- навыками сущности целостного представления о банковском менеджменте в комплексном понимании, на всех его этапах от планирования и анализа к управлению;	ПК-15-В1
	- навыками толкования основных методов управления банковскими операциями с клиентами, особенностей управления рисками, организацию сбора, обработки и анализа экономической информации, присущими банковской деятельности;	ПК-15-В2
	- навыками выявления проблем и механизмов функционирования подразделений и банка в целом, основных стратегий деятельности банков с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-В3

	- навыками анализа и оценки применяемой системы маркетинга в банке и его роли в обеспечении конкурентной позиции кредитной организации, сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-В4
	- приемами и методами исследования маркетинговой политики деятельности банков по видам операций с применением социологических, маркетинговых исследований;	ПК-15-В5
	- основами и навыками создания, построения и проведения организационно-управленческих аспектов маркетинговой деятельности банка с целью организацию сбора, обработки и анализа экономической информации;	ПК-15-В6

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

№	Форма обучения	Семестр	Общая трудоёмкость		В том числе контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. работа	Форма промежуточной аттестации
			В з.е.	В часах	всего	Лекции	Сем	КоР	Конс	З			
1	очная	7	3	108	54	28	24	1,7		0,3		54	Зачет

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

очная форма обучения

1	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Лекц	Сем	КоР	Конс	З			
1	Сущность, цели и задачи банковского менеджмента.	12	6	4	2					6	ПК-15-З1, ПК-15- У1, ПК-15-В1
2	Стратегическое и оперативное планирование деятельности банка.	18	10	6	4					8	ПК-15-З2, ПК-15-У2, ПК-15-В2
3	Организационные структуры управления банком.	16	8	4	4					8	ПК-15-З3, ПК-15-У3, ПК-15-В3
4	Банковский маркетинг в системе управления банком.	14	6	4	2					8	ПК-15-З6, ПК-15-У6, ПК-15-В6
5	Направления маркетинговых исследований в сфере	10	6	2	4					4	ПК-15-З4, ПК-15-У4, ПК-15-В4

	банковских услуг.										
6	Создание конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг.	16	8	4	4					8	ПК-15-З5, ПК-15-У5, ПК-15-В5
7	Технология продвижения банковских продуктов и услуг и развитие долгосрочных отношений с клиентами.	16	8	4	4					8	ПК-15-З5, ПК-15-У5, ПК-15-В5
8	Промежуточная аттестация (зачет)	6	2			1,7		0,3		4	
	Итого:	108	54	28	24	1,7		0,3		54	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Сущность, цели и задачи банковского менеджмента.

Теоретические основы банковского менеджмента. Понятие банковского менеджмента (его сущность, содержание и принципы), банковской деятельности и банковского механизма. Три звена банковского механизма и их характеристика (внутрибанковское управление, управление банковской деятельностью, управление персоналом).

Понятие целей, задач банка. Методы достижения целей и задач при управлении банком. Методика формирования банковского менеджмента и характеристика его основных элементов: процесс принятия и реализации управленческих решений в банке, информационное обеспечение, экономический механизм, управление банковской деятельностью, управление персоналом, регулирование предпринимательской деятельности банка.

Тема 2. **Стратегическое и оперативное планирование деятельности банка.**

Задачи планирования деятельности коммерческого банка и его виды. Основные этапы стратегического планирования: содержание и методы. Маркетинговый этап составления плана. Анализ и диагностика деятельности банка. Кастомизированный и коммодитизированный подходы в отношениях с клиентами. Определение миссии банка. Расшифровка миссии банка. Определение целей банка и их анализ по критериям эффективности SMART. Применение методики построения дерева целей организации. Виды стратегий и методы их формирования. Модели стратегического планирования. Технология принятия стратегических решений.

Процессное управление в банке. Постановка бизнес-процессов. Информационные технологии и бизнес-процессы. Прогнозирование затрат, связанных с развитием старых и внедрением новых банковских продуктов. Составление сметы расходов банка. Основные статьи сметы расходов и методы планирования соответствующих показателей. Планирование показателей деятельности банка: размера и структуры привлечения и размещения ресурсов, прибыли, прироста собственного капитала.

Тема 3. **Организационные структуры управления банком.**

Основные типы организационной структуры управления банком. Линейные и матричные типы организационной структуры управления банком. Звенья организационной структуры. Качественные и количественные характеристики структуры банка. Критерии рационализации организационной структуры управления банком. Организация управления деятельностью подразделения банка.

Тема 4. **Банковский маркетинг в системе управления банком.**

Управление маркетинговой деятельностью в банке. Роль маркетинга в структуре стратегического инновационного банковского менеджмента. Процесс управления маркетинговой деятельностью в банке и его этапы. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Система планирования в банке. Планирование маркетингового комплекса. Маркетинговая служба банка и ее структура. Система маркетингового контроля.

Разработка целей маркетинга. Разработка стратегий маркетинга. Выбор тактики для достижения стратегических целей. Разработка планов маркетинговой деятельности. Реализация плана маркетинга и осуществление стратегии и тактики маркетинга. Периодическая коррекция стратегии и маркетинга и пересмотр в связи с этим планом маркетинга.

Тема 5. **Направления маркетинговых исследований в сфере банковских услуг.**

Исследование внешней среды банка. Исследование спроса. Исследование конкуренции на рынке. Исследование внутренней среды банка. Анализ стратегии банка. Анализ показателей сбытовой деятельности. Анализ качества продукции. Анализ издержек. Анализ финансовых аспектов деятельности банка. Выявление сильных и слабых сторон деятельности, возможностей улучшения показателей работы.

Тема 6. **Создание конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг.**

Общая характеристика банковской конкуренции: ее форм и методов. Анализ стратегий конкурентов. Разработка конкурентных стратегий. Политика ценообразования на банковские продукты и услуги.

Тема 7. **Технология продвижения банковских продуктов и услуг и развитие долгосрочных отношений с клиентами.**

Комплекс продвижения банковских продуктов и услуг. Роль рекламы в маркетинговой политике банка. Правила по развитию долгосрочных отношений с клиентами: проведение подготовительной работы перед переговорами, ведение переговоров и переписки. Виды продаж банковских продуктов и услуг Оценка рентабельности обслуживания клиентов банка с целью установления индивидуальных тарифов. Информационное пространство маркетинга в банке. Банковские услуги в электронных сетях. Глобальный Интернет-маркетинг.

Тема 8. **Вопросы для подготовки к зачёту**

1. Теоретические основы банковского менеджмента.
2. Понятие банковского менеджмента, его сущность, содержание и принципы.
3. Три звена банковского механизма и их характеристика.
4. Понятие целей, задач и стратегии банка.
5. Методы планирования в практике банковских организаций.
6. Методы оптимизации бизнес-процессов банка.
7. Процессное управление в банке.
8. Методы достижения целей и задач при управлении банком.
9. Основные статьи сметы расходов и методы планирования соответствующих показателей.
10. Основные типы организационных структур управления банком.
11. Качественные и количественные характеристики структуры банка
12. Организация управления деятельностью подразделения банка.
13. Процесс управления маркетинговой деятельностью в банке и его этапы
14. Планирование маркетингового комплекса.
15. Осуществление стратегии и тактики маркетинга
16. Исследование внешней среды банка.
17. Исследование спроса и емкости рынка.
18. Исследование конкуренции на рынке.
19. Исследование внутренней среды банка.
20. Анализ стратегии банка.
21. Анализ показателей сбытовой деятельности.
22. Анализ издержек.
23. Анализ финансовых аспектов деятельности банка.
24. Выявление сильных и слабых сторон деятельности, возможностей улучшения показателей работы.
25. Позиционирование банковского продукта.
26. Разработка элементов комплекса маркетинга банковского продукта.
27. Политика ценообразования на банковские продукты и услуги.
28. Комплекс продвижения банковских продуктов и услуг.
29. Правила по развитию долгосрочных отношений с клиентами: проведение подготовительной работы перед переговорами, ведение переговоров и переписки.
30. Виды продаж банковских продуктов и услуг.

Планы семинарских занятий

Тема 1. **Сущность, цели и задачи банковского менеджмента.**

Семинар 1. Теоретические основы банковского менеджмента. (2 часа)

Основные вопросы:

1. Понятие банковского менеджмента
2. Звенья банковского механизма и их характеристика
3. Методика формирования банковского менеджмента и характеристика его основных

элементов.

Тема 2. **Стратегическое и оперативное планирование деятельности банка.**
Семинар 2. Стратегическое планирование деятельности банка (2 часа)
Основные вопросы:
1. Основные этапы стратегического планирования
2. Определение основных подходов в отношениях с клиентами.
3. Анализ целей банка по критериям эффективности SMART.
4. Построение дерева целей банка.
5. Формирование стратегии банка на основе установленных целей.
Семинар 3. Оперативное планирование деятельности банка (2 часа).
Основные вопросы:
1. Постановка бизнес-процессов в банке.
2. Дезагрегация стратегического плана.
3. Построение диаграмм Ганта для формирования календарных планов бизнес-процессов.
4. Составление сметы расходов банка.
5. Планирование показателей деятельности банка.

Тема 3. **Организационные структуры управления банком.**
Семинар 4-5. Организационные структуры управления банком (4 часа)
Основные вопросы:
1. Особенности, преимущества и недостатки различных моделей организационных структур: функциональной, дивизиональной, матричной и проектной.
2. Качественные и количественные характеристики структуры банка.
3. Критерии рационализации организационной структуры управления банком.
4. Организация управления деятельностью подразделения банка.

Тема 4. **Банковский маркетинг в системе управления банком.**
Семинар 6. Организация банковского маркетинга (2 часа)
Основные вопросы:
1. Процесс управления маркетинговой деятельностью в банке и его этапы.
2. Разработка целей маркетинга.
3. Разработка планов маркетинговой деятельности.
4. Маркетинговая служба банка и ее структура.
5. Система маркетингового контроля.
6. Комплекс маркетинга банковских продуктов и услуг.

Тема 5**. Направления маркетинговых исследований в сфере банковских услуг.**
Семинар 7-8. Комплексное маркетинговое исследование рынка банковских услуг. (4 часа).
Основные вопросы:
1. Определение емкости рынка банковских услуг.
2. Определение уровня конкуренции на рынке.
3. Анализ показателей сбытовой деятельности.
4. Анализ финансовых аспектов деятельности банка.
5. Выявление сильных и слабых сторон деятельности, возможностей улучшения показателей работы.
6. Методика анализа процессов, происходящих на рынке ссудных капиталов и ее отдельных сферах: кредитной системе в целом, банковском секторе, на рынке ценных бумаг.
7. Методика сегментации рынка по физическим и юридическим лицам.

Тема 6. **Создание конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг.**
Семинар 9-10. Обеспечение конкурентоспособности на рынке банковских продуктов и услуг. (4 часа).
Основные вопросы:
1. Анализ стратегий конкурентов.

2. Разработка конкурентных стратегий.
3. Позиционирование банковского продукта.
4. Анализ «переломных» точек для физических и юридических лиц.
5. Разработка элементов комплекса маркетинга банковского продукта.
6. Перекрестный метод реализации банковских продуктов и услуг.
7. Политика ценообразования на банковские продукты и услуги.

Тема 7. **Технология продвижения банковских продуктов и услуг и развитие долгосрочных отношений с клиентами.**
Семинар 11-12. Продвижения банковских продуктов и услуг (2 часа).
Основные вопросы:
1. Роль рекламы в маркетинговой политике банка.
2. Сущность маркетинга партнерских отношений и его элементы.
3. Программа развития маркетинга партнерских отношений в коммерческом банке.
4. Информационное пространство маркетинга в банке.
5. Банковские услуги в электронных сетях.
6. Глобальный Интернет-маркетинг.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1.1. Основные категории учебной дисциплины для самостоятельного изучения:

Активные операции банка - банковские операции по размещению денег, например, предоставление кредита клиенту.

Активно-пассивные операции банка - комиссионно-посреднические операции, т.е. услуги, которые оказывает банк за плату в виде комиссионных, процентов от сделки, например перевод денежных средств.

Акция - ценная бумага, удостоверяющая внесение ее владельцем (акционером) доли в акционерный (уставный) капитал общества. Акция дает право на получение части прибыли в виде дивидендов, право на продажу на рынке ценных бумаг, на участие в управлении акционерным обществом, имущественное право при ликвидации общества.

АРКО - Агентство по реструктуризации кредитных организаций.

Банк - финансовая организация, производящая разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающая финансовые услуги правительству, предприятиям, гражданам и другим банкам.

Банк акционерный - банк, созданный как акционерное общество, т. е. его уставный капитал сформирован за счет выпуска акций.

Банк коммерческий - негосударственное учреждение, осуществляющее универсальные банковские операции в целях получения прибыли.

Банк кооперативный - банк, созданный путем добровольного объединения лиц, его уставный капитал сформирован на долевой основе за счет взносов членов, по форме соответствует обществу с ограниченной ответственностью.

Банк специализированный - банк, осуществляющий определенные виды операций и обслуживающий определенную категорию клиентов.

Банк эмиссионный - банк, имеющий право выпускать денежные знаки-банкноты, являющийся главным звеном банковской системы (Центральный Банк России).

Банковская система - совокупность разных видов банков и других кредитных учреждений, действующий в рамках единого финансово-кредитного механизма. Организация банковской системы закреплена законодательно.

Банковская услуга - одна или несколько операций, удовлетворяющих определенные потребности клиента.

Банкротство - это такое состояние хозяйственной организации, при котором она не может рассчитаться по долговым обязательствам.

Вексель - ценная бумага, письменный документ, содержащий безусловное обязательство должника уплатить указанную сумму в определенный срок векселедержателю (кредитору).

Гарантия - обязательство гаранта выплатить за заемщика определенную сумму при наступлении гарантийного случая (при неуплате долга заемщиком). В качестве гаранта выступают, как правило, банки и страховые компании.

Депозит - вклад, денежные средства, переданные на хранение банку на определенных условиях.

Инкассация - сбор в кассах предприятий, организаций и учреждений наличных денег и ценностей и доставка их в банк.

Инфраструктура - совокупность отраслей, предприятий и организаций, входящих в эти отрасти, создающих нормальные условия для функционирования производства (например связь, транспорт).

Капитал - денежные средства, вложенные в производство, оборот, приносящие прибавочную стоимость (прибыль).

Клиринг - система безналичных расчетов на основе зачета взаимных требований и обязательств.

Кредит ипотечный - кредит под залог недвижимости: земли, зданий, сооружений и т.д. Кредит коммерческий - кредит, который предоставляется предприятиями друг другу путем продажи товаров с рассрочкой платежа (может оформляться векселем).

Кредитная карта - вид пластиковых карт, используемых при обслуживании в банке, позволяющих не только снимать деньги со счета, но и брать некоторую сумму в кредит.

Кредитный портфель - совокупность выданных банком кредитов различным заемщикам на различных условиях с различной степенью риска.

Кредитование торгового оборота - кредит под покупку товаров.

Лизинг - сдача имущества в аренду, т.е. передача права пользования имуществом на срок действия лизингового договора.

Ликвидность банка - способность банка своевременно оплачивать свои долговые обязательства.

Мониторинг - контроль, отслеживание, наблюдение.

Небанковские кредитные организации - кредитные организации, оказывающие финансовые услуги, выполняющие отдельные банковские операции в соответствии с полученной лицензией, но не имеющие в названии слово банк. Например, инвестиционный фонд, кредитный союз, лизинговая компания и т. д.

Пассивные операции банка - банковские операции по привлечению денежных средств, например прием денежных вкладов населения.

Поручительство - договор, в соответствии с которым поручитель обязуется отвечать за долги заемщика при невыполнении им взятых на себя обязательств перед кредитором.

Проценты годовых - плата за пользование кредитом, рассчитанная как процент от суммы кредита, при пользовании им в течение года.

Проценты простые - проценты, которые начисляются только на основную сумму кредита.

Проценты сложные - проценты, которые начисляются не только на основную сумму кредита, но и на начисленные ранее проценты.

Реструктуризация банковской системы - коренное изменение, преобразование банковской системы, затрагивающее ее структуру, организацию.

Расчетно-кассовые операции - операции по приему и выдаче денег из кассы, по переводу денежных средств, по обслуживанию расчетов между предприятиями.

Резидент - юридическое или физическое лицо, зарегистрированное и действующее на территории данной страны. Нерезидент - зарегистрирован в другой стране.

Риск финансовый - это вероятность потерять ожидаемый доход, выгоду, недополучить прибыль.

Риски банка - риски, возникающие со стороны банка или клиента в связи с возможным невыполнением обязательств.

Специальная правоспособность банков - способность банков осуществлять банковские операции, которые не могут выполнять другие организации, не имеющие специальной лицензии.

Срочный счет (вклад) - денежные средства, переданные на хранение в банк на условиях платности на определенный срок, они зачисляются на счет на срок 3 месяца, полгода, год и т.д.

Ссуда - предоставленная в долг на определенный срок за определенную плату сумма денежных средств.

Трастовые операции - операции по доверительному управлению имуществом, например ценными бумагами.

Тратта - переводной вексель. Он оформляется тремя лицами: 1 лицо выписывает вексель, 2-е - будет платить по векселю, 3-е - получит денежную сумму.

Учетно-ссудные операции - операции по кредитованию и покупке коммерческих векселей.

Факторинг - вид финансовых услуг, оказываемых коммерческими банками клиентам, при которых банк приобретает у клиента долговые и товарораспорядительные документы, дающие право на взыскание долга через определенный срок. При этом банк оплачивает клиенту не всю сумму, указанную в документах, а только часть, т.к. предоставляет деньги раньше срока и считает это кредитом.

Финансовые ресурсы - денежные средства, используемые предприятием, банком в своей производственной, хозяйственной и финансовой деятельности.

Ценные бумаги - документы, составленные по строго установленной форме и дающие их владельцам определенный набор имущественных и других прав. Например, право на долю имущества, право на возврат долга, право на получение дохода на вложенные деньги и т.д.

Центральный банк - высший уровень банковской системы, который обладает монопольным правом денежной эмиссии, регулирует деятельность коммерческих банков.

Эмиссия - выпуск в обращение денег или ценных бумаг.

6.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-15-31	1. Основные методы продажи банковских продуктов.
2	ПК-15-31	2. Рынок банковских продуктов и услуг.
3	ПК-15-32	3. Банковские продукты и их способы продвижения через интернет-сайт.
4	ПК-15-32	4. Розничные банковские продукты: проектирование, продажа.
5	ПК-15-33	5. Ассортимент банковских продуктов и услуг.
6	ПК-15-33	6. Виды мировых и российских платежных систем, сформированных с использованием пластиковых карт.
7	ПК-15-34	7. Пластиковые карты как инструмент организации безналичных расчетов
8	ПК-15-34	8. Роль и место банков в осуществлении факторинговых операций.
9	ПК-15-35	9. Электронные деньги и электронная коммерция.
10	ПК-15-35	10. Содержание и виды банковских инноваций.
11	ПК-15-36	11. Электронные банковские услуги в Российской Федерации.
12	ПК-15-36	12. Виды электронного банкинга и их модификации.

6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Код результата обучения	Задания
13	ПК-15-У1	13. Банком выдана ссуда юридическим лицам – 20 млн. руб., физическим – 15 млн. руб, другим банкам – 40 млн. руб. Начислены резервы на возможные потери по ссудам – 10 млн. руб. Определите чистую ссудную задолженность.
14	ПК-15-У1	14. Выданная банком ссуда пролонгирована, при этом проценты по ссуде добавлены к основному долгу. Как следует рассматривать эти проценты? 1) в качестве непогашенного долга; 2) вновь выданной ссуды.

15	ПК-15-У2	15. На корреспондентском счете коммерческого банка имеется достаточно средств для выполнения текущих обязательств. В то же время, у коммерческого банка отсутствует достаточное покрытие долгосрочных и среднесрочных требований к нему. Можно ли считать в этом случае банк ликвидным?
16	ПК-15-У2	16. Сделайте вывод о ликвидности коммерческого банка исходя из следующих данных: - активы – 10 млн. руб. со сроком возврата 60 дней; - пассивы – 12 млн. руб. со сроком возврата 90 дней.
17	ПК-15-У3	17. Сделайте вывод о состоянии долгосрочной ликвидности банка исходя из следующих данных: - кредитные требования к банку с оставшимся сроком погашения свыше 1 года – 100 млн. руб.; - капитал банка – 80 млн. руб.; - обязательства банка по кредитам и депозитам, полученным банком – 10 млн. руб.
18	ПК-15-У3	18. Собственный капитал коммерческого банка составляет 100 млн. руб. Коммерческий банк инвестировал 27 млн. руб. в акции промышленного предприятия. Инвестирование произведено с целью участия в управлении предприятием. Оцените действие банка с точки зрения действующего законодательства.
19	ПК-15-У4	19. Имеется набор следующих финансовых инструментов для инвестирования: - акции предприятия А с рыночной стоимостью 1 тыс. и с предполагаемым дивидендом 10%; - государственная дисконтная облигация со сроком обращения 3 месяца стоимостью 1 тыс. руб. и дисконтом 20%. Выберете из предложенных инвестиций наиболее доходную.
20	ПК-15-У4	20. Собственный капитал коммерческого банка составляет 100 млн. руб. Банком приобретено долларов США на 30 млн. руб. Оцените правомерность такой сделки.
21	ПК-15-У5	21. Банк приобрел фьючерсный контракт на поставку иностранной валюты со сроком исполнения 90 дней. Однако на рынке складывается не благоприятная для банка курсовая ситуация по данной валюте. Какими способами банк может застраховать потери в результате неблагоприятного изменения курса?
22	ПК-15-У5	22. Капитал банка составляет 630 млн. р., а достаточность его собственных средств – 6,1%. Рассчитайте, на какую величину должны увеличить капитал банка, чтобы повысить его надежность и соблюсти требования регулирующего органа.
23	ПК-15-У6	23. Коммерческий банк на приобретение акций других эмитентов направил 35 млн р. Собственный капитал банка на дату приобретения составлял 410 млн р. Соблюдает ли коммерческий банк требования Банка России по вложению собственного капитала на приобретение акций других эмитентов?
24	ПК-15-У6	24. Обменный пункт дает следующие котировки долларов США к рублю: 52,10/53,10. Один клиент продал 1000 долл., а другой – купил 1000 долл. Какую прибыль заработал банк на этих двух сделках?

6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания

25	ПК-15-В1	25. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.
26	ПК-15-В1	26. Процентная ставка по вкладу составляет 15% годовых. Проценты ежегодно причисляются по вкладу (один раз в год в конце года). Какую сумму надо положить на счет, чтобы через 3 года остаток на счете составил 750 тыс. руб.?
27	ПК-15-В2	27. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?
28	ПК-15-В2	28. Под какую процентную ставку вкладчик должен разместить 170 тыс. руб., чтобы через 4 года у него на счете оказалось 800 тыс. руб.? Проценты ежегодно причисляются банком по вкладу (1 раз в год в конце года).
29	ПК-15-В3	29. Автомобильная фирма зарегистрировала в последние месяцы значительный спад оборота, хотя цены остались на прежнем уровне, а затраты на рекламу были увеличены. Как руководитель отдела маркетинга предложите и опишите схему анализа маркетинговой среды в сфере действия фирмы.
30	ПК-15-В3	30. 31.12.2018 были внесены денежные средства на вклад «до востребования» в сумме 500 тыс. руб. Процентная ставка по вкладу «до востребования» составляет 2% годовых. Определить, какую сумму вклада сможет получить вкладчик 30.06.2019.
31	ПК-15-В4	31. Плановый отдел представил отделу маркетинга следующие данные об издержках производства продукции в точке безубыточности (см. табл.). Сотрудники отдела маркетинга, исходя из вложившейся ситуации на рынке и реализуемых инструментов продвижения товара, рассчитывают получить целевую прибыль в размере 300000 руб. заполните пустые строчки таблицы. Каков будет объем продаж в натуральных показателях? Каковы достоинства и недостатки метода «получения целевой прибыли»?
32	ПК-15-В4	32. Процентная ставка по вкладу с ежеквартальным причислением процентов составляет 12% годовых. Прогнозируемый уровень инфляции - 11% годовых. Оценить доходность вклада с учетом инфляции.
33	ПК-15-В5	33. Оцените ситуацию и примите решение: усовершенствовать организационную структуру управления маркетингом или упразднить, передав ее основные функции консалтинговым компаниям.
34	ПК-15-В5	34. 01.11.2018 заемщик получил кредит в сумме 500 тыс. руб. Процентная ставка по кредиту - 18% годовых. Срок кредитования - 10 лет. Гашение кредита осуществляется методом дифференцированных платежей. Заемщик внес первый платеж 22.11.2018 в сумме 12 тыс. руб. Определить минимальный размер второго платежа по кредиту 27.12.2007.

35	ПК-15-В6	35. Определите, выгодно ли предприятию снизить цену товара на 100 руб., если текущая цена товара 2600 руб., планируемый объем продаж 1,2 млн. единиц. Показатель эластичности спроса – 1,5. Конкуренты также снизят цены.
36	ПК-15-В6	36. Определить максимальную сумму кредита, первый последний и средний платежи по кредиту, если среднемесячный чистый доход заемщика составляет 15 тыс. руб., срок кредита - 15 лет, процентная ставка - 18% годовых, понижающий коэффициент - 0,7. (Метод дифференцированных платежей. Расчет по первому платежу).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

- письменные краткие опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины, указанных в п. 6.1.;
- задания и упражнения, рекомендованные для самостоятельной работы;
- задания и упражнения в ходе семинарских занятий.

7.2. ФОС для текущего контроля:

№	Код результата обучения	ФОС текущего контроля
1	ПК-15-З1	Задания для самостоятельной работы 1,2
2	ПК-15-З1	Письменный опрос по теме 1
3	ПК-15-З2	Задания для самостоятельной работы 3,4
4	ПК-15-З2	Письменный опрос по теме 2
5	ПК-15-З3	Задания для самостоятельной работы 5,6
6	ПК-15-З3	Письменный опрос по теме 3
7	ПК-15-З4	Задания для самостоятельной работы 7,8
8	ПК-15-З4	Письменный опрос по теме 4
9	ПК-15-З5	Задания для самостоятельной работы 9,10
10	ПК-15-З5	Письменный опрос по теме 5
11	ПК-15-З6	Задания для самостоятельной работы 11,12
12	ПК-15-З6	Письменный опрос по теме 6
13	ПК-15-У1	Задания для самостоятельной работы 13
14	ПК-15-У1	Задания для самостоятельной работы 14
15	ПК-15-У2	Задания для самостоятельной работы 15
16	ПК-15-У2	Задания для самостоятельной работы 16
17	ПК-15-У3	Задания для самостоятельной работы 17
18	ПК-15-У3	Задания для самостоятельной работы 18
19	ПК-15-У4	Задания для самостоятельной работы 19
20	ПК-15-У4	Задания для самостоятельной работы 20
21	ПК-15-У5	Задания для самостоятельной работы 21
22	ПК-15-У5	Задания для самостоятельной работы 22
23	ПК-15-У6	Задания для самостоятельной работы 23
24	ПК-15-У6	Задания для самостоятельной работы 24
25	ПК-15-В1	Письменный опрос по теме 1
26	ПК-15-В1	Задания для самостоятельной работы 25, 26
27	ПК-15-В2	Письменный опрос по теме 2
28	ПК-15-В2	Задания для самостоятельной работы 27, 28
29	ПК-15-В3	Письменный опрос по теме 3
30	ПК-15-В3	Задания для самостоятельной работы 29, 30
31	ПК-15-В4	Письменный опрос по теме 4

32	ПК-15-В4	Задания для самостоятельной работы 31, 32
33	ПК-15-В5	Письменный опрос по теме 5
34	ПК-15-В5	Задания для самостоятельной работы 33, 34
35	ПК-15-В6	Письменный опрос по теме 6
36	ПК-15-В6	Задания для самостоятельной работы 35, 36

7.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-15-З1	Вопросы к зачету 1-9
2	ПК-15-З1	1. Теоретические основы банковского менеджмента. 2. Понятие банковского менеджмента (его сущность, содержа¬ние и принципы), банковской деятельности и банковского меха¬низма. 3. Три звена банковского механизма и их характеристика (внутрибанковское управление, управление банковской деятельностью, управление персоналом). 4. Понятие целей, задач и стратегии банка. 5. Методы достиже¬ния целей и задач при управлении банком. Методика формирова¬ния банковского менеджмента и характеристика егоосновныхэле¬ментов:процесспринятияиреализации управленческих решений в банке, информационное обеспечение, экономический механизм, управление банковской деятельностью, управление персоналом, регулирование предпринимательской деятельности банка. 6. Основные типы организационной структуры управления банком. Линейные и матричные типы организационной структуры управления банком. 7. Звенья организационной структуры. 8. Качественные и количественные характеристики структуры банка. Критерии рационализации организационной структуры управле¬ния банком. 9. Организация управления деятельностью подразделения банка.
3	ПК-15-З2	Вопросы к зачету 10-14
4	ПК-15-З2	10. Понятие ликвидности банка. 11. Классификация активов банка по параметрам ликвидности. Методика оценки состояния ликвидности и определение потребности в ликвидных средствах. 12. Крите¬рии оценки ликвидности. 13. Показатели ликвидности и методы их определения. 14. Теории ликвидности и их характеристика (западная модель).
5	ПК-15-З3	Вопросы к зачету 15-27

6	ПК-15-З3	15. Цели и стратегия банка по управлению активами. 16. Структу¬ра активов банка и ее характеристика. 17. Политика банка на кредит¬ном рынке ценных бумаг. 18. Основные критерии оценки кредитоспо¬собности заемщика и эмитента ценных бумаг. 19. Формирование портфеля кредитов и ценных бумаг, управление им и финансовыми услугами. 20. Методы управления активами и их характеристика. 21. Управление процентной политикой банка. 22. Понятие, сущность и элементы управления пассивными операциями. 23. Клас¬сификация банковских пассивов. 24. Анализ и оценка депозитного рынка. 25. Характеристика собственных и привлеченных средств бан¬ка. 26. Пути расширения пассивных операций. 27. Основные методы управления пассивными операциями (западная модель).
7	ПК-15-З4	Вопросы к зачету 28-31
8	ПК-15-З4	28. Понятие банковского маркетинга, его сущность, цели и стратегия. Значение маркетинга в системе управления банком. Особенности банковского маркетинга до начала 70-х годов и в настоящее время (опыт мировой банковской практики) 29. Принципы и методы банковского маркетинга в условиях рыночного хозяйства. 30. Методика анализа процессов, происходящих на рынке ссудных капиталов и ее отдельных сферах: кредитной си¬стеме в целом, банковском секторе, на рынке ценных бумаг. 31. Методика сегментации рынка по физическим и юри¬дическим лицам. «Переломные» точки для физических и юри¬дических лиц. Характеристика «переломных точек».
9	ПК-15-З5	Вопросы к зачету 32-37
10	ПК-15-З5	32. Маркетинговая политика банка: планирование и способы продвижения банковских продуктов и услуг. 33. Перекрестный метод реализации банковских продуктов и услуг. Роль рекламы в маркетинговой политике банка. 34. Зарубежный опыт в области маркетинга и его использова¬ние в РФ. Особенности развития банковского маркетинга в России. 35. Содержание маркетинга в небанковских кредитно-финансовых институтах. 36. Особенности страхового маркетинга по пассивным и активным операциям. 37. Маркетинговые стратегии пенсионных фондов, инвестиционных компаний, ссудо-сберегательных ассоциаций и финансовых компаний.
11	ПК-15-З6	Вопросы к зачету 38-40
12	ПК-15-З6	38. Формирование и развитие банковского маркетинга в России. Характеристика рекламной деятельности банков в 90-х гг. 39. Структура материальной базы банка современного коммерческого банка: понятие и ее элементы. 40. Характеристика основных фондов, информационной базы и технической базы.

Задания для оценки умений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-15-У1	Задания для самостоятельной работы 13
2	ПК-15-У1	Задания для самостоятельной работы 14

3	ПК-15-У2	Задания для самостоятельной работы 15
4	ПК-15-У2	Задания для самостоятельной работы 16
5	ПК-15-У3	Задания для самостоятельной работы 17
6	ПК-15-У3	Задания для самостоятельной работы 18
7	ПК-15-У4	Задания для самостоятельной работы 19
8	ПК-15-У4	Задания для самостоятельной работы 20
9	ПК-15-У5	Задания для самостоятельной работы 21
10	ПК-15-У5	Задания для самостоятельной работы 22
11	ПК-15-У6	Задания для самостоятельной работы 23
12	ПК-15-У6	Задания для самостоятельной работы 24

Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-15-В1	Письменный опрос по теме 1
2	ПК-15-В1	Задания для самостоятельной работы 25, 26
3	ПК-15-В2	Письменный опрос по теме 2
4	ПК-15-В2	Задания для самостоятельной работы 27, 28
5	ПК-15-В3	Письменный опрос по теме 3
6	ПК-15-В3	Задания для самостоятельной работы 29, 30
7	ПК-15-В4	Письменный опрос по теме 4
8	ПК-15-В4	Задания для самостоятельной работы 31, 32
9	ПК-15-В5	Письменный опрос по теме 5
10	ПК-15-В5	Задания для самостоятельной работы 33, 34
11	ПК-15-В6	Письменный опрос по теме 6
12	ПК-15-В6	Задания для самостоятельной работы 35, 36

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) **основная литература:**

1. Алабина, Т. А. Банковский менеджмент : учебник для вузов / Т. А. Алабина, И. Г. Грентикова, А. А. Юшковская. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 107 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14005-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/588310
2. Банковский менеджмент : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. И. Абрамов, А. Ф. Барикаева, Е. И. Кузнецова [и др.] ; под редакцией Н. Д. Эриашвили. — 6-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 336 с. — ISBN 978-5-238-03501-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141518.html
3. Вдовина, Е. С. Банковский менеджмент : учебно-методическое пособие / Е. С. Вдовина, М. А. Куликова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2023. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-2715-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141032.html
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531436
5. Финансовый маркетинг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19199-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569113

б) **дополнительная литература:**

1. Алдашева, А. А. Психологические механизмы банковского менеджмента / А. А. Алдашева, В. И. Медведев, У. К. Сарбанов. — 3-е изд. — Москва : ПЕР СЭ, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 224 с. — ISBN 5-9292-0050-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/140963.html
2. Маркетинг услуг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19490-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569147
3. Третьякова, И. Н. Основы маркетинга : учебное пособие / И. Н. Третьякова, Р. Ф. Фаляхов. — Кемерово : Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2025. — 137 с. — ISBN 978-5-00137-516-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/155704.html
4. Трушина, Е. В. Маркетинг : учебник / Е. В. Трушина, О. О. Скрябин, А. А. Гудилин. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2023. — 215 с. — ISBN 978-5-907560-70-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137531.html

9. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя:

пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), OpenOffice;

веб-браузер (Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer др.);

электронную библиотечную систему IPRBooks;

систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «ВКР-ВУЗ.РФ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет http://lk.rosnou.ru).

10. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.minfin.ru/ru/ Официальный сайт Министерства финансов. Сайт позволяет ознакомиться с финансовыми операциями в РФ и за рубежом.

http://www.cbr.ru Официальный сайт Центрального банка РФ. Сайт позволяет ознакомиться с экономической ситуацией в сфере международных валютно-кредитных отношений.

https://www.imemo.ru/jour/meimo Официальный сайт журнала «Мировая экономика и международные отношения». Сайт позволяет ознакомиться с информацией в области мировой экономики.

https://www.imf.org/ru/home Официальный сайт Международного Валютного Фонда. Сайт позволяет ознакомиться с деятельностью МВФ и Группой Всемирного банка.

11. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи» (с изменениями и дополнениями), Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденными Министерством образования и науки РФ 08.04.2014г. № АК-44/05вн, Положением об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора Университета от 6 ноября 2015 года №60/о, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет», утвержденного приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о.

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекций и семинарских занятий используются аудитория №32:

- Персональный компьютер: 1 шт.
- Монитор: 1 шт.
- Переносной проектор.
- Переносной экран.
- Меловая магнитная доска
- Учебно-наглядные пособия

Рабочие места студентов:

- столы ученические: 33 шт.
- стулья: 66 шт.

Рабочее место преподавателя:

- стол письменный: 1 шт.
- стул: 1 шт.