

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)

Дополнительная образовательная программа
повышения квалификации работников финансовой сферы
«БАНКОВСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

Категория обучающихся: работники руководящего звена банков и небанковских кредитных организаций, представители финансового рынка, а также частные лица, заинтересованные в изучении особенностей менеджмента и маркетинга в банковском секторе.

Срок обучения: 20 часов

Форма обучения: очная

Город – Воронеж

I. Общая характеристика программы

1.1. Цели реализации программы

Программа «Банковский менеджмент и маркетинг» является одним из основных направлений подготовки работников руководящего звена в сфере банковской деятельности. Цель программы: дать теоретические и практические знания о банковском менеджменте, которые применяются в мировой банковской практике, а также деятельности российских коммерческих банков. В рамках курса определяется роль банковского менеджмента и маркетинга в современной банковской практике, рассматриваются механизмы участия в разработке банковской политики, а также в практической деятельности.

Полученные в результате повышения квалификации профессиональные компетенции, умения и знания непосредственно могут быть использованы в практической деятельности работников банковского сектора.

1.2. Планируемые результаты обучения

Слушатель, освоивший программу, должен:

1.2.1. обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

- применять методы банковского менеджмента;
- разрабатывать механизм внутрибанковского управления и реализовывать его на практике;
- разрабатывать элементы банковской политики;
- применять методы банковского маркетинга;
- освоить специфические технологии маркетинга в банках и реализовывать их на практике.

1.2.2. владеть:

- теорией и методиками банковского менеджмента и маркетинга;
- современными технологиями банковского менеджмента и маркетинга;
- методами разработки банковской политики;
- навыками использования информационно-коммуникационных технологий в управленческой и маркетинговой деятельности.

1.2.3. уметь:

- применять методы управления финансами банка;
- применять методы управления персоналом банка;
- разрабатывать элементы банковской политики;

- объяснять цели, задачи, стратегию при управлении банком;
- принимать решения в рамках банковского менеджмента и маркетинга;
- осуществлять сегментацию рынка, применять метод «переломных точек», рекламу.

1.2.4. знать:

- сущность и структуру банковского менеджмента и маркетинга;
- методы разработки целей, стратегии и выполнения их в рамках управления банком;
- систему обеспечения банковского менеджмента и ее основные элементы;
- методы и поэтапность разработки принятия решений при управлении банком;
- содержание и элементы банковского маркетинга в целях расширения банковского рынка;
- основные методы реализации банковского маркетинга для юридических и физических лиц;
- основные методы реализации банковского маркетинга в специализированных небанковских кредитно-финансовых организациях.

II. Учебный план

№ пп	Наименование разделов и дисциплин	Всего, час.	В том числе:		Самостоятельная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия			
			Лекции	Практические занятия		
1.	Сущность, цели и задачи банковского менеджмента	2	2			Опрос
2.	Управление ликвидностью банка	3	1	1	1	Опрос
3.	Управление активными и пассивными операциями банка	3	1	1	1	Опрос
4.	Управление персоналом банка	5	2	2	1	Опрос
5.	Банковский маркетинг, его содержание	2	2			Опрос
6.	Методы маркетинга в банках. Организация рекламной деятельности	3	2		1	Опрос
7.	Итоговая аттестация	2		2		Контрольное задание. Обсуждение итогов.
Итого (час.)		20	10	6	4	

III. Рабочая программа учебной дисциплины

1. Цель курса: развитие компетенций банковских работников в области банковского менеджмента и маркетинга.
2. Задачи курса:
 - - продемонстрировать значение банковского менеджмента и маркетинга в разработке банковской политики и, в целом, их роль в банковской деятельности;
 - - раскрыть структуру, содержание и методы управления банком для осуществления многосторонних операций банков на рынке;
 - - проанализировать основные методы, применяемые в банковском менеджменте и маркетинге;
 - - дать навыки управления банковской деятельностью;
 - - дать навыки анализа рынка и продвижения банковских продуктов и услуг.
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:
 - способность применять методы банковского менеджмента;
 - способность разрабатывать механизм внутрибанковского управления и реализовывать его на практике;
 - способность разрабатывать элементы банковской политики;
 - способность применять методы банковского маркетинга;
 - способность освоить специфические технологии маркетинга в банках и реализовывать их на практике.
4. Разделы, темы и содержание обучения

№ разделов и тем	Наименование разделов и тем	Часы	Содержание обучения
1.	Сущность, цели и задачи банковского менеджмента	2	Теоретические основы банковского менеджмента. Сущность, содержание и принципы банковской деятельности и банковского механизма. Звенья банковского механизма: внутрибанковское управление, управление банковской деятельностью, управление персоналом. Стратегия банка. Методы достиже-

			ния целей и задач при управлении банков.
2.	Управление ликвидностью банка	3	Понятие ликвидности банка. Классификация активов банка по параметрам ликвидности. Методика оценки состояния ликвидности и определение потребности в ликвидных средствах. Критерии оценки ликвидности. Показатели ликвидности и методы их определения. Теория ликвидности и их характеристика.
3.	Управление активными и пассивными операциями банка	3	Цели и стратегия банка по управлению активами. Структура активов банка и ее характеристика. Политика банка на кредитном рынке ценных бумаг. Основные критерии оценки кредитоспособности заемщика и эмитента ценных бумаг. Формирование портфеля кредитов и ценных бумаг; управление им и финансовыми услугами. Методы управления активами и их характеристика. Управление процентной политикой банка. Понятие, сущность и элементы управления пассивными операциями банка. Классификация банковских пассивов. Анализ и оценка депозитного рынка. Характеристика собственных и привлеченных средств банка. Пути расширения пассивных операций. Основные методы управления пассивными операциями банка.
4.	Управление персоналом банка	5	Основные типы организационной структуры управления банком. Линейные и матричные типы организационной структуры управления банком. Звенья организационной структуры. Организация управления деятельностью подразделений банка. Планирование и прогнозирование. Мотивация и контроль у управлен-

			ческой деятельности. Принятие решений.
5.	Банковский маркетинг, его содержание	2	Сущность, цели и стратегии банковского маркетинга. Принципы и значение маркетинга в системе управления банком. Маркетинговая политика: планирование и способы продвижения банковских продуктов и услуг.
6.	Методы маркетинга в банках. Организация рекламной деятельности	3	Методика анализа процессов, происходящих на рынке ссудных капиталов и его отдельных сферах: кредитной системе в целом, банковском секторе, на рынке ценных бумаг. Методика сегментации рынка по физическим и юридическим лицам. «Переломные точки» для физических и юридических лиц. Организация рекламной деятельности. Перекрестный метод реализации банковских продуктов и услуг. Роль рекламы в маркетинговой политике. Маркетинговые стратегии пенсионных фондов, страховых, инвестиционных и финансовых компаний.
7.	Итоговая аттестация	2	

5. Методические рекомендации и пособия по реализации учебной программы доступны в библиотеке ИЗЭО ВГУ (методические рекомендации по выполнению контрольной работы, рабочая программа, текст лекций и тестовый материал в электронном виде в рамках КОПР).

6. Контрольные задания

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса в форме опроса слушателей и по результатам выполнения самостоятельных работ.

В качестве оценочных средств контроля знаний применяются контрольные вопросы, контрольные работы.

IV. Кадровое обеспечение дополнительной образовательной программы

V. Оценка качества освоения программы

Форма аттестации – зачет

Оценочными материалами являются выполненные контрольные задания.