

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Новые банковские продукты и технологии»**

Учебный курс «Новые банковские продукты и технологии» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика.

Дисциплина «Новые банковские продукты и технологии» включена в состав дисциплин по выбору, модуль 5 «Банковское дело» вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3/3 зачетных единицы, 108/108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18/12 часов), практические занятия (36/22 часов, в том числе МАО 18/10 часов), самостоятельная работа студента (54/74 часа, в том числе 36/9 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 3/5 курсе в 6 семестре.

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и навыках, полученных при освоении дисциплин: «Общая теория денег и кредита», «Банковское дело», «Современные кредитные технологии» и позволяет подготовить студента к прохождению преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

Содержание дисциплины «Новые банковские продукты и технологии» предусматривает:

- изучение понятия, сущности специфики банковских продуктов, услуг, операций и технологий;
- выявление роли маркетинга в инновационной банковской деятельности;
- изучение основных направлений инновационного развития банковской деятельности;
- ознакомление с этапами разработки и продвижения на рынок новых банковских продуктов и услуг;
- изучение причин и этапов модернизации банковских продуктов и

услуг и снятия их с рынка;

— изучение и сравнение зарубежного и российского опыта инновационного развития банковской деятельности;

— моделирование процесса разработки нового банковского продукта (услуги) на основе заданных критериев.

**Цель** – формирование у студентов актуализированных теоретических знаний и практических навыков в области разработки, продвижения на рынок, продаж новых банковских продуктов и услуг для применения их в ходе будущей профессиональной деятельности.

**Задачи:**

дать теоретические знания о сущности, целях, задачах, функциях маркетинга в банке;

ознакомить студентов с особенностями и современными тенденциями развития маркетинга как части банковского менеджмента;

научить студентов находить и использовать актуальные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность кредитных организаций в области продаж банковских продуктов и услуг;

научить студентов собирать, анализировать информацию о деятельности банка, внешних и внутренних факторах, влияющих на процесс модернизации, вытеснения, снятия банковского продукта с рынка или появления нового, интерпретировать результаты анализа, прогнозировать и презентовать полученные данные;

познакомить студентов с новыми технологиями в банковской сфере;

научить студентов применять в практической деятельности инновационные технологии продаж корпоративных и розничных банковских продуктов и услуг.

Для успешного изучения дисциплины «Новые банковские продукты и технологии» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

способен проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

способен творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;

способен использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

способен к самоорганизации и самообразованию;

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;

способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;

способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет;

способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии;

способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

В результате изучения у обучающихся формируются следующая профессиональная компетенция (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-9 - способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	Знает	понятие малой группы, особенности ее формирования и функционирования для решения определенных задач, реализации проектов в сфере клиентского обслуживания
	Умеет	создавать малые группы, распределять роли и обязанности внутри группы
	Владеет	навыками взаимодействия внутри малой группы

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Новые банковские продукты и технологии» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, кейс-стади.