

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.2.29/2 ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

(код, наименование направления подготовки)

Профиль подготовки «Банковское дело»

(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения очная, заочная

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков» является получение теоретических знаний и практических навыков в области тарифной политики коммерческого банка на предоставляемые ими услуги, включая изучение современных моделей ценообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Тарифная политика коммерческих банков» относится к дисциплинам по выбору студентов вариативной части (Б.1.2).

Изложение дисциплины основано на материалах курсов «Макроэкономика», «Высшая математика в экономике», «Методы оптимальных решений», приобретенных навыках при прохождении учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Полученные в результате изучения дисциплины знания могут быть использованы при дальнейшем прохождении производственной (технологической) практики, преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков» направлен на формирование элементов профессиональной компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
ПК-4	способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Знать: методы и принципы разработки и реализации управленческих решений на основе анализа статистических данных о социально-экономических процессах и явлениях в России и за рубежом
		Уметь: разрабатывать управленческие решения с учетом социальных последствий
		Владеть: методиками разработки управленческих решений, учитывающих влияние различных факторов на социально-экономические процессы и явления

СК -1	способен определять рыночную стоимость бизнеса, различных элементов капитала компании, интерпретировать и применять результаты оценки бизнеса при принятии управленческих решений	<p>Знать: основные подходы оценки стоимости недвижимости, действующую методологию расчета стоимости недвижимости и ее ценообразующих факторов, особенности и преимущества каждого метода оценки</p>
		<p>Уметь: рассчитывать стоимость недвижимого имущества на основе анализа параметрической информации, капиталовложений на воспроизводство недвижимости, ожидаемых денежных потоков, рисков инвестирования, рыночной ситуации</p>
		<p>Владеть: способами интерпретации стоимостной информации и методами прогнозирования стоимостной динамики на рынке недвижимости, методами математической экономики в оценке стоимости недвижимости.</p>

4. Структура и содержание дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков»

4.1.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа, диф.зачет.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)						
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольн. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	Курсовая работа (проект)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	доклад, эссе и др.	реферат	Подготовка к эдиф.зачету							
1.	Тема 1. Экономическая и маркетинговая логика тарифной политики коммерческих банков	7		6	2	4		10	2		4	4			2				
2	Тема 2. Принципы выработки тарифно-ценовой политики и стратегий банка	7		6	2	4		10	2	1	4	3			4		3	5	
3	Тема 3. Методология тарифной политики коммерческих банков	7		6	2	4		10	2		4	4			6				
4	Тема 4. Анализ издержек и его значение для формирования маркетинговой стратегии банка	7		6	2	4		10	2	1	4	3			8		6	7	
5	Тема 5. Пути перехода к тарифной политике на основе экономической ценности	7		6	2	4		10	2		4	4			10				
6	Тема 6. Управление тарифной политикой	7		6	2	4		10	2		4	4			12				

	коммерческих банков для физических лиц																	
7	Тема 7. Управление тарифной политикой коммерческих банков при кредитовании юридических лиц	7		6	2	4		10	2	1	4	3			14		9	10
8	Тема 8. Маркетинг партнерских отношений и тарифная политика коммерческих банков	7		6	2	4		10	2		4	4			16			
9	Тема 9. Тарифная политика на дополнительные банковские услуги	7		6	2	4		10	2	1	4	3			17		12	13
	<i>Подготовка к диф.зачету</i>																	
	Общая трудоемкость, в часах	144		54	18	36		90	18	4	36	32	Промежуточная аттестация					
Форма													Семестр					
Зачет													7*					
Экзамен																		

4.1.2 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа, диф.зачет

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)								Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)						
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа				Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольн. работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	Курсовая работа (проект)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Изучение материалов по теме согласно рекомендуемой доклад, эссе и др.	Контрольная работа	Подготовка к диф. зачету							
1.	Тема 1. Экономическая и маркетинговая логика тарифной политики коммерческих банков	8		1	1			14	4		6	4				+		
2	Тема 2. Принципы выработки тарифно-ценовой политики и стратегий банка	8		1		1		15	4	1	6	4				+		+
3	Тема 3. Методология тарифной политики коммерческих банков	8		2	1	1		14	4		6	4				+		
4	Тема 4. Анализ издержек и его значение для формирования маркетинговой стратегии банка	8		2	1	1		15	4	1	6	4				+		+
5	Тема 5. Пути перехода к тарифной политике на основе экономической ценности	8		1		1		14	4		6	4				+		
6	Тема 6. Управление тарифной	8		2	1	1		14	4		6	4				+		

	политикой коммерческих банков для физических лиц																		
7	Тема 7. Управление тарифной политикой коммерческих банков при кредитовании юридических лиц	8		2	1	1		15	4	1	6	4				+		+	
8	Тема 8. Маркетинг партнерских отношений и тарифная политика коммерческих банков	8		2	1	1		14	4		6	4				+			
9	Тема 9. Тарифная политика на дополнительные банковские услуги	8		1		1		15	4	1	6	4				+		+	
	<i>Подготовка к диф. зачету</i>																		
	Общая трудоемкость, в часах			14	6	8		130	36	4	54	36	Промежуточная аттестация						
													Форма			Семестр			
													Зачет			8*			
													Экзамен						

4.2. Содержание дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков»

Тема 1. Экономическая и маркетинговая логика тарифной политики коммерческих банков

Тарифная политика и управление прибылью фирмы.

Затратный и ценностный подходы к формированию тарифной политики.

Тема 2. Принципы выработки тарифно-ценовой политики и стратегии банка

Факторы выбора тарифно-ценовой стратегии банка.

Основные элементы управления тарифной политикой в коммерческом банке

Определение целей тарифно-ценовой политики. Анализ спроса.

Оценка процентных и непроцентных издержек банка.

Выбор метода формирования цен на банковские продукты.

Имидж банка.

Влияние на третьи стороны.

Географические факторы.

Традиция предоставления скидок.

Тема 3. Методология тарифной политики коммерческих банков

Затратный метод формирования тарифной политики, его достоинства и недостатки.

Модель затратного банковского ценообразования и проблемы ее практической реализации. Идентификация и измерение услуг. Формирование базы данных об издержках. Анализ объема операций.

Тема 4. Анализ издержек и его значение для формирования маркетинговых стратегий банка

Эффект Парето банковской деятельности.

Эффект обучения и банковский бизнес.

Тема 5. Пути перехода к тарифной политике на основе экономической ценности

Понятие об экономической ценности и ее роль в тарифной политике

Процедура определения экономической ценности товара.

Параметрическое ценообразование и его использование в банковском бизнесе.

Балльный метод.

Метод экспертной оценки экономической ценности услуг.

Метод регрессивного анализа.

Тема 6. Управление тарифной политикой коммерческих банков для физических лиц

Обоснование ставок по депозитным счетам физических лиц на основе маржинального анализа.

Модель тарифной политики на депозиты с целью захвата рынка.

Схема условного ценообразования на банковские услуги.

Престижно-целевая тарифная политика.

Модель тарифной политики на депозиты в контексте партнерства с клиентом.

Тема 7. Управление тарифной политикой коммерческих банков при кредитовании юридических лиц

Основные принципы тарифной политики коммерческих банков для юридических лиц.

Модель целевого лидерства (целевой координации).

Модель «базовая ставка плюс».

Модель тарифной политики «ниже базовой ставки (модель с наценкой)».

Модель тарифной политики с максимальной процентной ставкой (модель «кэп»).

Непроцентные инструменты тарифной политики на кредиты юридическим лицам.

Тема 8. Маркетинг партнерских отношений и тарифная политика коммерческих банков

Ценовая дискриминация - путь к повышению прибыльности банка.

Сегментирование клиентуры для целей ценообразования.

Модель тарифной политики на основе анализа прибыльности клиента.

Партнерская тарифная политика и оценка экономической ценности банковских услуг.

Выделение и ранжирование свойств услуг.

Выявление возможности для повышения цен на услуги.

Анализ рынка.

Оптимизация ассортимента банковских услуг как предпосылка эффективной партнерской тарифной политики коммерческих банков.

Анализ возможного оттока клиентов.

Оценка влияния изменения цен на различные категории клиентов.

Тема 9. Тарифная политика на дополнительные банковские услуги.

Тарифы на дополнительные банковские услуги.

Цена лизинговых операций.

5. Образовательные технологии

1. Лекции и практические занятия с использованием мультимедийных технологий;

2. Дискуссии;

3. Выполнение письменных работ (рефераты, доклады);

4. Решение профессиональных задач;

5. Метод кейсов (решение деловых ситуаций), представление результатов;

6. Разбор конкретных ситуаций;
7. Мозговой штурм.

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами, в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) и позволяют оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех заявленных компетенций. На диф. зачет приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на диф. зачете.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

6.1. План самостоятельной работы студентов очной (заочной) формы обучения

№ нед.	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Количество часов (очно / заочно)
1	Тема 1. Экономическая и маркетинговая логика тарифной политики коммерческих банков.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/14
2	Тема 2. Принципы выработки тарифно-ценовой политики и стратегии банка.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/15
		Подготовка эссе	Написание эссе по изучаемой теме		

3	Тема 3. Методология тарифной политики коммерческих банков.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/14
4	Тема 4. Анализ издержек и его значение для формирования маркетинговой стратегии банка.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/15
5	Тема 5. Пути перехода к тарифной политике на основе экономической ценности.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/14
6	Тема 6. Управление тарифной политикой коммерческих банков для физических лиц.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/14
		Подготовка доклада	Написание доклада на заданную тему.		
7	Тема 7. Управление тарифной политикой коммерческих банков при кредитовании юридических лиц.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/15
8	Тема 8. Маркетинг партнёрских отношений и тарифная политика коммерческих банков.	Подготовка к аудиторным занятиям	Изучение дополнительного теоретического материала	1-11 из п.7 рабочей программы	10/14
9	Тема 9. Тарифная политика на дополнительные банковские услуги.	Подготовка к аудиторным занятиям Подготовка реферата	Изучение дополнительного теоретического материала Написание доклада на заданную тему.	1-11 из п.7 рабочей программы	10/15
	Итого				90/130

6.3. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов очной формы обучения предполагает подготовку теоретического материала для опроса на семинарских занятиях и решение домашних задач в соответствии с разделом 4 «Структура и содержание дисциплины «Основы банковского менеджмента» (пункт 4.1.1, 4.1.2).

Самостоятельная работа включает в себя изучение и конспектирование дополнительной литературы в соответствии с программой курса; консультации преподавателя по наиболее сложным темам.

В соответствии с учебным планом студентам надлежит выполнить самостоятельную работу по дисциплине в форме устного ответа с последующей дискуссией, тестов, написания рефератов.

Собеседование. Основной формой самостоятельной работы студента является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на практических и семинарских занятиях. После изучения рекомендованной литературы студент докладывает на семинарских занятиях изученную им тему, отвечая на дополнительные вопросы, возникающие в ходе собеседования. При условии получения преподавателем полноценного ответа студент получает максимально предусмотренный балльно-рейтинговой системой бал. Все отступления от полноценного ответа оцениваются преподавателем в индивидуальном порядке.

Тестирование. Тесты воспринимаются студентами как своеобразная игра. Тем самым снимается целый ряд психологических проблем – страхов, стрессов, которые, к сожалению, характерны для обычных форм контроля знаний студентов. Основное достоинство тестовой формы контроля – это простота и скорость, с которой осуществляется первая оценка уровня обученности по конкретной теме, позволяющая, к тому же, реально оценить готовность к итоговому контролю в иных формах и, в случае необходимости, откорректировать те или иные элементы темы.

Написание рефератов. Реферат – краткое изложение содержания документа или его части, научной работы, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с источниками и определения целесообразности обращения к ним. Современные требования к реферату – точность и объективность в передаче сведений, полнота отображения основных элементов как по содержанию, так и по форме. Цель реферата - не только сообщить о содержании реферируемой работы, но и дать представление о вновь возникших проблемах соответствующей отрасли науки.

Рефераты в рамках учебного процесса в вузе оцениваются по следующим основным критериями:

- актуальность содержания, высокий теоретический уровень, глубина и полнота анализа фактов, явлений, проблем, относящихся к теме;
- информационная насыщенность, новизна, оригинальность изложения вопросов;
- простота и доходчивость изложения;

-структурная организованность, логичность, грамматическая правильность и стилистическая выразительность.

6.4. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

6.4.1 Контроль освоения компетенций

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Коллоквиум	1,2,3,4,5,6,7,8,9	ПК- 4, СК-1
2	Написание рефератов	1,3,5,6,8	ПК- 4, СК-1
3	Проведение тестов	1,2,3,4,5,6,7,8,9	ПК- 4, СК-1

6.4.2 Демонстрационный вариант теста №1

1. Система средств взаимосвязей банка с потенциальными потребителями, направленная на побуждение к приобретению банковских услуг, это:

- а) реклама;
- б) продвижение услуг;
- в) ценовая политика;
- г) формирование спроса.

2. Стратегическое планирование строится с учетом фактора

- а) стимулирования кардинальных усилий различных подразделений;
- б) гибкого анализа экономической ситуации;
- в) демонстрации важности процедуры оценки деятельности;
- г) определения задач банка.

3. Метод ценообразования, при котором банк устанавливает цены на основе количества и качества услуг, предоставляемых отдельным клиентам:

- а) метод дифференциации тарифных ставок;
- б) метод многофакторного ценообразования;
- в) метод «снятия ставок»;
- г) метод «безупречность+ прибыль».

4. Имидж банка- это

- а) совокупность сознательных представлений, образов, существующих у клиентов о данном банке;
- б) совокупность несознательных представлений, существующих у общественности о данном банке;
- в) совокупность сознательных и несознательных представлений, образов, сложившихся у клиентов и общественности о данном банке;
- г) совокупность общих представлений, слухов, образов, сложившихся в данном банке.

5. Какие из условий влияют на рыночный механизм ценообразования:

- а) количество субъектов рынка,
- б) покупательная способность населения,
- в) степень индивидуализации продукции,
- г) скорость товарооборота продукции.

6. Какие из факторов влияют на установление цены:

- а) валовый доход предприятия,
- б) имидж предприятия,
- в) место расположения предприятия,
- г) ассортимент,
- д) ценовые скидки.

7. Какую роль играет стимулирующая функция цены:

- а) балансирует спрос и предложение,
- б) при повышении цены стимулирует предприятие к выпуску прогрессивных видов продукции, и наоборот,
- в) обеспечивает возмещение затрат на производство и реализацию, а также образование прибыли.

8. Концепция затратного ценообразования основана на:

- а) сумме постоянных и переменных затрат;
- б) валовых затрат;
- в) общих затратах;
- г) все ответы верны

9. Принцип ценообразования, состоящий в необходимости познания и изучения влияния на процесс установления цен объективных экономических законов:

- а) принцип целевой направленности цен;
- б) принцип непрерывности процесса ценообразования;
- в) принцип научной обоснованности;
- г) принцип единства процесса ценообразования

10. Как выглядит формула, отражающая ценностный подход к ценообразованию:

- а) цена = себестоимость + прибыль;
- б) прибыль = ценность + затраты;
- в) цена = издержки производства + прибыль;
- г) все ответы верны

Ценовая эластичность спроса на банковские продукты выражает зависимость:

- а) спроса товара от его цены;
- б) спроса товара от цены другого товара
- в) предложения товара от его цены
- г) спроса товара от дохода потребителя

12. «Цена закупки» включает в себя следующие элементы:

- а) себестоимость, прибыль, налоги (акциз, НДС)
- б) отпускная цена, торговая надбавка, НДС торговых организаций
- в) отпускная цена, посредническая надбавка, НДС посредника
- г) оптовая цена предприятия, посредническая надбавка, НДС посредника

Учетная функция цены предполагает:

- а) регулирование спроса и предложения
- б) учет и измерение затрат и результатов производства
- в) контроль за соблюдением государственной дисциплины цен
- г) учет инфляционных процессов

14. Сущность какого метода ценообразования на банковские продукты заключается в суммировании издержек и прибыли:

- а) метод установления цены на уровне текущих цен

- б) метод установления цены, основанной на ощущаемой ценности товара
- в) метод «издержки +»
- г) метод тендерного ценообразования

15. Стратегия низких цен на банковские продукты предполагает:

- а) продажу товаров сначала по низким ценам с целью стимулирования спроса, а затем по мере оттеснения конкурентов их повышение
- б) сначала продажу товаров по высоким ценам, превышающим издержки производства, а затем постепенное их снижение
- в) установление системы возможных скидок и надбавок к среднему уровню цен
- г) продажу товаров по неизменным ценам в течение длительного времени

16. Стратегия высоких цен на банковские продукты предполагает:

- а) продажу товаров сначала по низким ценам с целью стимулирования спроса, а затем по мере оттеснения конкурентов их повышение
- б) сначала продажу товаров по высоким ценам, превышающим издержки производства, а затем постепенное их снижение
- в) установление системы возможных скидок и надбавок к среднему уровню цен
- г) продажу товаров по неизменным ценам в течение длительного времени

17. Скользящая цена - это цена,

- а) меняющаяся в зависимости от сезона
- б) у которой определен верхний или нижний уровень (предел)
- в) меняющаяся во времени в зависимости от темпов инфляции
- г) остающаяся неизменной в течение всего срока действия договора

18. Прямые затраты представляют собой:

- а) затраты, связанные с производством последней единицы продукции
- б) затраты, связанные с производством конкретного вида продукции и включаемые в себестоимость непосредственно
- в) затраты, включаемые в себестоимость пропорционально какой-либо базе распределения
- г) затраты, связанные с производством и реализацией продукции

19. При каком методе ценообразования затратный подход уступает место психологическому восприятию товара покупателем?

- а) метод установления цены на уровне текущих цен
- б) метод установления цены, основанный на ощущаемой ценности товара
- в) метод «издержки +»
- г) метод тендерного ценообразования

20. Товарный ассортимент при росте банковской продукции:

- а) растущее число разновидностей
- б) товары, пользующиеся максимальным спросом
- в) полное ассортиментное разнообразие
- г) одна базовая модель

21. Товарный ассортимент при зрелости банковской продукции:

- а) растущее число разновидностей
- б) товары, пользующиеся максимальным спросом
- в) полное ассортиментное разнообразие
- г) одна базовая модель

22. Товарный ассортимент при спаде жизненного цикла банковской продукции:

- а) растущее число разновидностей

- б) товары, пользующиеся максимальным спросом
- в) полное ассортиментное разнообразие
- г) одна базовая модель

23. Задачи ценообразования в коммерческом банке - это

- а) конкретные проблемы и ситуации, постоянно возникающие на всех стадиях и уровнях производственного процесса, которые могут разрешаться с помощью цен
- б) функции, выполняемые ценами
- в) конкретные формулы расчета цены
- г) инструменты, предназначенные для повышения эффективности производственных процессов

24. Методология ценообразования на банковскую продукцию- это

- а) наиболее общие условия, необходимые для обеспечения нормального процесса формирования, установления и применения цен
- б) перечень различных переменных аргументов (условий), которые оказывают влияние на формирование уровня, структуры и динамики цены
- в) совокупность методов, правил и технологии формирования цены ,отражающих особенности построения конкретных видов цен
- г) совокупность принципов, правил и методик формирования цен, используемых участниками процесса ценообразования для решения конкретных задач

25. Балльный метод ценообразования на банковские товары применяется на:

- а) взаимозаменяемые товары, параметры которых не поддаются количественному измерению
- б) аналогичные товары с количественно определяемыми параметрами
- в) аналогичные товары, параметры которых не поддаются количественному измерению
- г) взаимозаменяемые товары с количественно определяемыми параметрами

26. Ценовые стратегии в коммерческом банке- это:

- а) выбор цены из нескольких вариантов, предусматривающий получение необходимой прибыли в плановом периоде
- б) принципы ценообразования, направленные на использование системы цен в налоговой оптимизации организации
- в) организационно-экономические мероприятия по стимулированию обновления ассортимента продукции
- г) методы формирования цен в коммерческом банке на основе затрат

6.4.3 Вопросы для коллоквиума №1

- 1) Какова роль тарифно- ценовой политики в комплексе банковского маркетинга?
- 2) В чем особенности тарифной политики на рынке банковских продуктов (услуг)?
- 3) Назовите принципы и основные методы тарифной политики Коммерческих банков.
- 4) Какие факторы влияют на уровень цен (тарифов) банковских продуктов (услуг)?
- 5) Какова связь цен (тарифов) со стадиями жизненного цикла банковских продуктов (услуг)?
- 6) Охарактеризуйте стратегии тарифной политики коммерческих банков. Приведите примеры ценовых стратегий.

6.4.4 Примерный перечень тем докладов для самостоятельной подготовки студентов:

Примерные темы рефератов:

Тема 1. Факторы выбора тарифно-ценовой политики банка.

Тема 2. Основные элементы управления тарифной политикой в коммерческом банке

- Тема 3. Имидж банка.
- Тема 4. Достоинства и недостатки затратного метода тарифной политики на банковские продукты
- Тема 5. Модель затратного метода банковской тарифной политики .
- Тема 6. Эффект Парето в банковской деятельности.
- Тема 7. Понятие экономической ценности его роль в тарифной политике банков.
- Тема 8. Параметрическая тарифная политика и ее использования в банковском бизнесе.
- Тема 9. Обоснование ставок по депозитным счётам физических лиц на основе маржинального анализа.
- Тема 10. Модель ценообразования на депозиты с целью захвата рынка.
- Тема 11. Схема условного ценообразования на банковские услуги.
- Тема 12. Модель ценообразования на депозиты в контексте партнёрства с клиентом.
- Тема 13. Проблема социально значимого банковского обслуживания.
- Тема 14. Основные принципы тарифной политики на банковские услуги для юридических лиц.
- Тема 15. Партнерская тарифная политика и оценка экономической ценности банковских услуг.
- Тема 16. Аппарат управления банком и основные его функции.
- Тема 17. Качественные и количественные факторы, действующие при построении аппарата управления банка.
- Тема 18. Общие и специальные функции управления банка.

6.4.5 Вопросы к дифференцированному зачету

1. Тарифная политика и управление прибылью фирмы.
2. Затратный и ценностный подходы к формированию тарифной политики.
3. Факторы выбора тарифно-ценовой стратегии банка.
4. Основные элементы управления тарифной политикой в коммерческом банке
5. Определение целей тарифно-ценовой политики. Анализ спроса.
6. Оценка процентных и непроцентных издержек банка.
7. Выбор метода формирования цен на банковские продукты.
8. Имидж банка.
9. Влияние на третьи стороны.
10. Географические факторы.
11. Традиция предоставления скидок.
12. Затратный метод формирования тарифной политики, его достоинства и недостатки.
13. Модель затратного банковского ценообразования и проблемы ее практической реализации.
14. Эффект Парето банковской деятельности.
15. Эффект обучения и банковский бизнес.
16. Понятие об экономической ценности и ее роль в тарифной политике
17. Процедура определения экономической ценности товара.
18. Параметрическое ценообразование и его использование в банковском бизнесе.
19. Балльный метод.
20. Метод экспертной оценки экономической ценности услуг.
21. Метод регрессивного анализа.
22. Обоснование ставок по депозитным счётам физических лиц на основе маржинального анализа.
23. Модель ценообразования на депозиты с целью захвата рынка.
24. Схема условного ценообразования на банковские услуги.
25. Престижно-целевое ценообразование.
26. Модель тарифной политики на депозиты в контексте партнёрства с клиентом.
27. Основные принципы тарифной политики на банковский услуги для юридических лиц.

28. Модель ценового лидерства (ценовой координации).
29. Модель «базовая ставка плюс».
30. Модель тарифной политики «ниже базовой ставки (модель с наценкой)».
31. Модель тарифной политики с максимальной процентной ставкой (модель «кэп»).
32. Непроцентные инструменты ценообразования на кредиты юридическим лицам.
33. Ценовая дискриминация- путь к повышению прибыльности банка.
34. Сегментирование клиентуры для целей ценообразования.
35. Модель тарифной политики на основе анализа прибыльности клиента.
36. Партнерская тарифная политика и оценка экономической ценности банковских услуг.
37. Выделение и ранжирование свойств услуг.
38. Выявление возможности для повышения цен на услуги.
39. Анализ рынка.
40. Оптимизация ассортимента банковских услуг как предпосылка эффективной партнерской тарифной политики коммерческих банков.
41. Анализ возможного оттока клиентов.
42. Оценка влияния изменения цен на различные категории клиентов
43. Тарифы на дополнительные банковские услуги.
44. Цена лизинговых операций.

6.4.6 Пример практических заданий:

Задание 1.

Необходимо разработать комплекс маркетинга для выбранного продукта по следующей схеме:

1)Товарная политика банка

Ассортиментная политика:

является ли продукт элементом базового или текущего ассортимента банка;

каким является Ваш банк - специализированным или универсальным и как это отражается на продукте;

применяется ли в отношении Вашего продукта (услуги) политика ассортиментной гибкости, т.е. можно ли его модифицировать и нужно ли это делать сейчас.

2)Политика качества:

значение критерия качества при производстве Вашего продукта;

какие критерии качества можно применять для оценки Вашего продукта;

регулируется ли качество Вашего продукта со стороны государства (Центрального банка, Министерства финансов, Обществ защиты прав потребителей, Комитета по стандартизации и т.д.);

применяется ли в отношении Вашего продукта политика дифференциации качества однотипных услуг в отношении разных групп клиентов;

определить, каким образом можно оценить конкурентоспособность Вашего продукта. Какие факторы будут влиять на конкурентоспособность?

3)Объемная политика:

Описание направления объемной политики – либо ограничение объема предложения в целях роста цены, либо наоборот.

4)Ценовая политика банка

Порядок установления цены:

какой метод ценообразования применяется при реализации на рынке Вашего продукта, объяснить почему выбрали именно его;

на основании каких факторов будет складываться цена на него;

какие затраты банка можно выделить в связи с организацией производства Вашего продукта.

5)Сбытовая политика банка

Пространственный выбор:

как располагать отделения или другие точки сбыта Вашего продукта;

требуют ли они установления тесного контакта с клиентами, как часто их приобретают;

какие каналы сбыта Вашего продукта можно применять, опишите их и объясните свой выбор.

Временной выбор:

определите время работы точки сбыта и объясните свой выбор.

б) Коммуникативная политика банка

Методы продажи продуктов (услуг):

какими конкурентными преимуществами банк может манипулировать при продвижении услуги на рынок - какие методы продвижения своего продукта Вы предлагаете использовать, обоснуйте свой выбор.

может ли применяться личная продажа при реализации Вашего продукта и какие качества при этом необходимо воспитывать (требовать) от сотрудников,

какой будет рекламная компания Вашего продукта, на что будет сделан акцент при ее проведении,

какие методы стимулирования сбыта можно использовать при продаже Вашего продукта,

будет ли использоваться работа с общественностью для реализации Вашего продукта и каким образом.

Конечные цели (количественные показатели), на которые Вы хотели бы выйти при реализации Вашего продукта.

Задание 2.

Примеры ситуационных задач к практическому занятию:

А) При каких обстоятельствах покупатели банковских продуктов (услуг) рассматривают цену (тарифы) на них как индикатор качества? Дайте развёрнутый обоснованный ответ с примерами.

Б) При выводе нового банковского продукта (услуги) на рынок, в каких условиях можно было бы рекомендовать:

а) стратегию «снятия сливок»;

б) стратегию проникновения на рынок. Ответ обоснуйте.

Основные темы практических занятий:

- 1) Экономическая и маркетинговая логика тарифной политики коммерческих банков.
- 2) Принципы выработки тарифно-ценовой политики и стратегии банка.
- 3) Методология тарифной политики коммерческих банков.
- 4) Анализ издержек и его значение для формирования маркетинговой стратегии банка.
- 5) Пути перехода к тарифной политике на основе экономической ценности.
- 6) Управление тарифной политикой коммерческих банков для физических лиц.
- 7) Управление тарифной политикой коммерческих банков при кредитовании юридических лиц.
- 8) Маркетинг партнёрских отношений и тарифная политика коммерческих банков.
- 9) Тарифная политика на дополнительные банковские услуги.

Практические занятия проводятся согласно указанной тематике.

Форма проведения занятий: обсуждение конкретных ситуаций, работа в малых группах, решение практических задач.

Материально-техническое обеспечение – методические указания, раздаточный материал

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков»

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров
Основная литература		
1	Пронина Н.Н. Ценообразование [Текст] : учеб.пособие / Пенз. гос. ун-т. - Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003. - 122 с. - б/ц http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	71
2	Ценообразование : учебник / И. К. Салимжанов. - М. : КНОРУС, 2007. - 304 с. - ISBN 5-85971-648-6 : http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	26
3	Семеркова Л.Н. Маркетинг [Текст] : [метод. указ. к выполн. курс. раб.] / Пенз. гос. ун-т. - Пенза : Информ.-изд. центр ПГУ, 2004. - 23 с. : ил. - б/ц http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	89
4	Маркетинг [Текст] : учебник / под общ. ред. Г.А. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Питер, 2005. - 736 с. : ил. - (Учебник для вузов). - ББК 65 аб-47, чзз-3. - ISBN 5-469-00482-1 : http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	50
Дополнительная литература		
5	Ценообразование : учебное пособие / В. В. Герасименко. - М. : ИНФРА-М, 2007. - 422 с. : ил. - (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова). - ISBN 5-16-002012-8: http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	9
6	Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.]. - 4-е европ. изд. - М. : Вильямс, 2007. - 1200 с. : ил. - ISBN 978-5-8459-1227-5: http://kleopatra.pnzgu.ru/cgi-bin/irbis64r_91/cgiirbis_64.exe	9

№ п/п	Наименование и краткая характеристика электронных изданий и информационных баз данных	Количество точек доступа
Основная литература		
7	Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке/Липсиц И.В. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2004. - 176 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-9776-0417-8// http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548423	5000 точек доступа
8	Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8// http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=208289	5000 точек доступа
9	Ценообразование: Учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк; Российский государственный социальный университет (РГСУ). - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 196 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-01387-4, 1000 экз.// http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342026	5000 точек доступа
Дополнительная литература		
10	Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева и др.; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8// http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=404389	5000 точек доступа
11	Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский государственный	5000 точек

аграрный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. - ISBN 978-5-9596-0728-9 // http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=515051	доступа
--	---------

Для более углубленной подготовки к семинарским занятиям, рекомендуем использовать публикации в следующих периодических изданиях:

1. Банковское дело.
2. Банковское право.
3. Банковские услуги.
4. Бизнес и банки.
5. Бюллетень финансовой информации.
6. Ведомости.
7. Вестник ассоциации российских банков.
8. Вестник Банка России.
9. Вестник МГУ. Серия 6. Экономика.
10. Вестник экономики.
11. Вопросы экономики.
12. Деньги.
13. Деньги и кредит.
14. Законодательство.
15. Законодательство и экономика.
16. Российский экономический журнал.
17. Рынок ценных бумаг.
18. Хозяйство и право.
19. Финансы.
20. Финансист.
21. Финансы и кредит.
22. Экономист.
23. Эксперт.


8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование источника
1	- Учебные аудитории (лекционные залы, компьютерные классы и другие) для проведения занятий лекционного типа, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью, наглядными пособиями, техническими и информационными средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.
2	- Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
3	- Программные продукты: - СПС «Консультант Плюс» (договор о сотрудничестве от 03.01.2002 г.). - СПС «Гарант» (договор № 2012-У302 от 10.01.2012 г.). - MS Excel (лицензия № 63167487, 61853322, договор № СД-130712001 от 12.07.2013 г.). - MS Word (лицензия № 63167487, 61853322, договор № СД-130712001 от 12.07.2013 г.). - MS PowerPoint (лицензия № 63167487, 61853322, договор № СД-130712001 от 12.07.2013 г.).
4	Электронно-библиотечные системы: - УИС России (открытый доступ). - ЭБС «Знаниум» (договор № 1847 эбс от 07.11.16 г.). - Дайджест деловой аналитики данных POLPRED.com (открытой доступ).
5	Интернет-ресурсы: - Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология, Менеджмент – http://www.ecsocman.edu.ru ; - экономический портал – http://instituciones.com ; - сайт «Economicus.ru» - словари, галерея экономистов, учебники, интерактивные тесты, задачи и

- упражнения, ссылки на статьи и публикации – <http://economicus.ru/library.html>;
- RePEc - научные доклады и препринты по экономике (Research Papers in Economics) – <http://repec.org/>;
 - IDEAS: Интернет-материалы для экономистов (Internet Documents in Economics Access Service) – <http://ideas.repec.org/>;
 - Базы данных NBER (Национального бюро экономических исследований) – <http://www.nber.org/data/>;
 - Организация Объединенных наций (ООН) – <http://www.un.org/ni>;
 - Организация экономического сотрудничества и развития – <http://www.oecd.org>;
 - ОЭСР в России – <http://oecdru.org>;
 - Интерфакс: <http://www.INTERFAX.ru/>
 - Информационная система «РосБизнесКонсалтинг»: <http://www.rbc.ru/>
 - Информационная система «РИА Новости» www.rian.ru
 - Министерство финансов РФ: <http://www.minfin.ru/>
 - Министерство экономического развития РФ: <http://www.economy.gov.ru/>
 - Рейтинговое агентство «Standard & Poor's»: <http://www.standardandpoors.ru/> Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
 - Федеральная служба по финансовым рынкам РФ: <http://www.fcsm.ru/>
 - Центральный банк РФ: <http://www.cbr.ru/>
 - сайт Экономической экспертной группы – независимого аналитического центра по проблемам макроэкономики и государственных финансов – www.eeg.ru

Рабочая программа дисциплины «Тарифная политика коммерческих банков» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»,

Программу составили:

1. к.э.н., доцент каф. «БД»  Н.В. Счастливая
(Ф.И.О., должность, подпись)

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры «БД»

Протокол № _____ от «__» _____ 20__ года

Зав. кафедрой «БД»  А.И. Данилкин

Программа согласована

Зав. кафедрой «Банковское дело»



А.И. Данилкин

(название кафедры)

Программа одобрена методической комиссией факультета экономики и управления.

Протокол № _____ от «__» _____ 20__ года

Председатель методической комиссии

Факультета экономики и управления



Е.В. Еремина

(Ф.И.О.)

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и
регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных