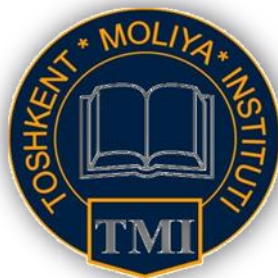


**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

ТАШКЕНТСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ



Кафедра «Банковское дело»

ЗУННУНОВА Х.М.

**МЕТОДИЧЕСКОЕ
ПОСОБИЕ ПО
ПРАКТИЧЕСКИМ
ЗАНЯТИЯМ**

**по дисциплине
«Банковский менеджмент и маркетинг»**

ТАШКЕНТ-2017

Зуннунова Х.М. Методические пособие по практическим занятиям по дисциплине «Банковский менеджмент и маркетинг». – Т.: ТФИ, 2017. – 28 с.

Методические пособие по практическим занятиям по дисциплине «Банковский менеджмент и маркетинг» предназначены для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлениям 5230700 – «Банковское дело», 5230200 – «Менеджмент (сфера услуг)». Содержат описание основ проведения практических занятий по дисциплине «Банковский менеджмент и маркетинг».

Методические пособие по практическим занятиям будут полезными для студентов и преподавателей высших образовательных учреждений.

Обсуждено и рекомендовано к печати на заседании Учебно-методического совета Ташкентского финансового института (протокол №10/27 от 31 мая 2017 года).

Рецензенты:

**директор МИПК при ТФИ
к.э.н. доц. Холмахмадов З.А.
к.э.н. доц. кафедры
«Банковское дело» ТФИ
С.Арзуманян**

Введение

Во время экономической модернизации деятельность кредитных учреждениями требует своеобразное управление. В достижении цели и задач поставленные перед банками место управление огромное. Планирование, учредить, регулирование и надзор входит состав управления банками, которое служит конкурентоспособности и эффективности деятельности банков.

Как предмет Банковский менеджмент и маркетинг включает себе некоторые теоретические и практические основы. Как практическое деятельность рассматривается создание и управление коммерческих банков.

В курсе “Банковский менеджмент и маркетинг” рассматривается микро и макро управление банков, между банков, другими финансовыми институтами создание конкурентной ситуации и проблемы связанные их деятельности.

По итогам изучения учебной дисциплины “Банковский менеджмент и маркетинг” студенты должны обладать определенным уровнем знаний, умений и навыков:

- иметь представление о понятии и сущности банковского менеджмента и маркетинга, особенности и законы финансового менеджмента, разработке и реализации банковской политики, управления персоналом, финансовом контроле;

- знать и уметь использовать основные методы управления финансовыми ресурсами, практику функционирования управленческого состава на микро и макроуровне, нормативно-правовые основы и особенности организации банковского менеджмента и маркетинга;

- иметь практические навыки стратегического планирования, прогнозирования, анализа и основ оперативного управления процессами формирования, распределения и использования ресурсов клиентов.

Значительная роль в формировании у студентов необходимых знаний, умений и навыков принадлежит организации самостоятельного обучения и выполнению самостоятельных работ.

Тема 1.: Предмет и задачи курса Банковский менеджмент и маркетинга. Банковский менеджмент в деятельности банков и его необходимость.

План:

1. Предмет курса «Банковский менеджмент и маркетинг» и его взаимосвязь курса с другими предметами.
2. Цели и задачи, актуальность предмета «Банковский менеджмент и маркетинг».
3. Теоретические основы банковского менеджмента и маркетинга.

Кейсы по теме

Разделит студентов на три группы и дать время решению кейса.

Группа 1

Перечислите банковские политики. В какой част ходит банковские политики.

Группа 2

Совет банка, управление банка, управляющие банковских отдел входит внутринные субъекты банковского менеджмента.

Перечислите их обязательство и право.

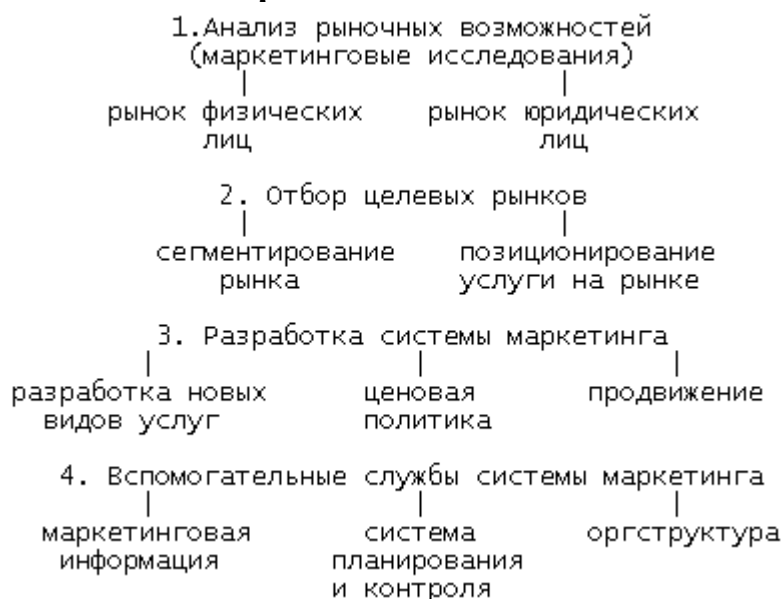
Группа 3

Ваш банк уже 10 лет работает на рынке банковских услуг. Финансовые показатели вашего банка удовлетварительные, но последние года число клиентов не изменилась.

С чего бы вы начали свой менеджмент?

Задачи по теме

1. Опишите и расскажите своё мнение о схеме.



2. Заполните пустые строки.

	Управление персоналом
--	------------------------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Банковская политика 2. Маркетинг 3. Управление активами и пассивами 4. 5. Управление доходностью 6. Управление собственным капиталом 7. Управление банковскими рисками (валютным, процентным и др.) 8. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мотивация труда 2. Организационная структура банка 3. 4. Система оплаты труда, поощрений и стимулирования 5. 6. Система повышения в должности 7. Принципы общения в коллективе
--	---

Вопросы по теме

1. Предмет курса «Банковский менеджмент и маркетинг».
2. Современные тенденции в банковской деятельности.
3. Какова сфера профессионального использования предмета «Банковский менеджмент и маркетинг»?
4. Какие предметы студент должен знать для изучения данной дисциплины?
5. Структурное строение банковского менеджмента, а также роль контроля в его регулировании
6. Сущность теории портфеля Г. Марковица?
7. Теоретические основы финансового менеджмента
8. Основные принципы банковского менеджмента
9. Важная характеристика банковского менеджмента
10. Какие отдельные факторы, препятствуют развитию банковского маркетинга

Тема 2. Правовые основы банковского менеджмента.

План:

1. Основные законы о организации банковской деятельности.
2. Законы «О Центральном банке» и «О банковской деятельности».
3. Нормативы центрального банка по банковскому менеджменту и маркетингу.

Кейсы по теме

1. Изучите Закон О центральном банке Республики Узбекистан Российской Федерации, сопоставите и расскажите ваши предложения по совершенству закона.
2. Зачем нужен законодательные основы банковского менеджмента ведь в Швейцарии до 1932 года не было закона о банковской деятельности?

Задачи по теме

Группа 1

Перечислите правовые основы о банковской деятельности.

Группа 2

Расскажите о положение корпоративное управление.

Перечислите обязательство и право акционеров.

Вопросы по теме

1. На основе какого закона в нашей стране основался двух уровневая банковская система?
2. Когда был принят закон О Центральном банке РУз?
3. Когда был принят закон О банках и банковской деятельности РУз?
4. Когда был принят закон О банковской тайне и важность этого закона?
5. Правовые основы предмета что обозначает,
6. Какие законы знаете о банковской деятельности?
7. Расскажите о корпоративном Кдексе
8. О чем 8 статья закона о центральном банке?
9. Этапы формирования двух уровневой банковской системы в РУз
10. Перечислите инструкции Центрального банк о безналичных расчетах

Тема 3.: Основы организации управлением деятельностью коммерческого банка.

План:

1. Организационная структура управления банковской деятельностью.
2. Матричная и линейная структура управления банковской деятельности.
3. Факторы влияющие на структуру коммерческого банка в условиях модернизации экономики.
4. Стратегическое и тактическое управление деятельностью коммерческого банка.

Кейсы по теме

Группа 1

В банке «А» управление должен действовать по функциональной модели. В банке 20 персонал работает.

Задание:

- ✓ В соответствии функциям коммерческих банков разделите банка на отделы.
- ✓ В соответствии всех персонал разделить персон на отделы.

Группа 2

В банке «В» нужно разделит кредитный отдел по группам клиентов по модели линейной модели.

Задание: Разделите клиентов на основе линейной модели по формы собственности, капитала, отрасли и срока кредита.

Группа 3

В банке «В» внедрено двух местное модел матричной модели (Back офис и front офис)

Определите: Перечислите функции каждого отдела.

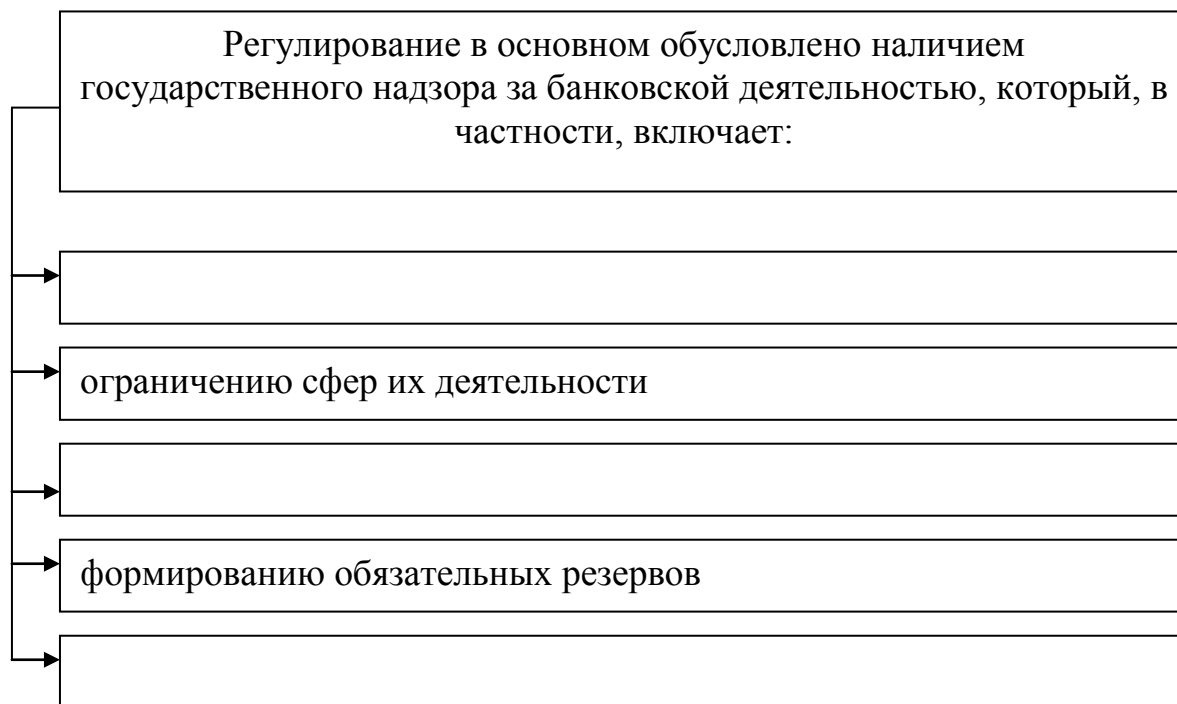
Задачи по теме

1. Опишите и расскажите своё мнение о схеме.



2.

3. Заполните пустые строки



Вопросы по теме

1. Организационная структура управления
2. Матричная структура управления
3. Линейная структура управления
4. Факторы влияющие на структуру коммерческого банка
5. Стратегическое управление деятельностью коммерческого банка
6. Тактическое управление деятельностью коммерческого банка
7. Особенности линейно-дивизионного модели управления
8. Расскажите о линейно-функциональной модели управления
9. Какие органы контролирует деятельность банка
10. Что обозначает стратегия банка?

Тема 4.: Корпоративное управление в деятельности коммерческого банка.

План:

1. Содержание корпоративного управления деятельностью коммерческого банка и его значение.
2. Концепция корпоративного управления ОЭСР.
3. Показатели и критерии оценки реферирования
4. Правовые основы корпоративного управления в банках Узбекистана.

Кейсы по теме

Группа 1

Коммерческий банк «А» был сформирован как акционерное общество. Все акционеры 500 человек.

Определите: Определите число человек банковского Совета, расскажите их полномочия и функции.

Группа 2

В совете акционеров было решено ликвидировать коммерческий банк так как, финансовые показатели снизились и коммерческий банк неплатежеспособен.

Определите: Перечислите полномочия и обязательства простых и льготных акций.

Группа 3

Коммерческий банк был сформирован на основе семейной формы собственности и во время деятельности корпоративное управление было переведено на семейную модель. 45 процентов акций в руках членов семьи. В Совете должно решиться вопрос касающийся банковской деятельности.

Определите: Как вы оцениваете эту ситуацию? Проанализируйте эту ситуацию.

Группа 4

Один член банковского надзора является членом Совета банка.

Определите: Как вы думаете об этой ситуации? Проанализируйте плюсы и минусы этой ситуации.

Группа 5

Новый акционерный коммерческий банк формировал свой капитал в следующих формах:

Денежные средства в суммах и иностранных валютах;

Здание на котором банк расположен;

Офисные принадлежности в том числе, компьютер, мебель, ксерокопия.

Надо решить следующие задачи:

1. Перечислите возможные учредители.
2. Расскажите о возможных выпусках видов акций и о процедурах их регистрации.
3. Какие типы материальных активов можно принимать как платежи по акциям?
4. Акционеры могут иностранной валютой покупать акции?

Задачи по теме

1. По этим критериям оценили любой банк Узбекистана

Уровень корпоративного управления: основные компоненты оценки

Standard & Poor's	(уровни от 1 до 4)	(баллы от 1 до 10)	
-------------------	---------------------	---------------------	--

1. Приверженность принципам надлежащего корпоративного управления.	1.1. Отношение к требованиям нормативно-правовых актов и рекомендациям национального Кодекса корпоративного управления.	1.2. Кодекс корпоративного поведения, положения о органах, внутреннем контроле, управлении рисками, информационной политике, дивидендной политике и т. д.).	1.3. Орган/сотрудник, отвечающий реализацию ПОЛИТИКИ корпоративного управления.
2. Эффективная деятельность органов управления.	работы, системы вознаграждения, оценки деятельности, обеспечения преемственности системы вознаграждения, обучения и оценки работы).		
3. Раскрытие информации и финансовая прозрачность.	3.1. Общая информация.	3.2. Финансовая информация.	3.3. Информация структуре собственности, ревизионной КОМИССИИ, службе внутреннего аудита, внешнем аудитор.
4. Права акционеров.	4.1. Права миноритарных акционеров.	4.2. Общее собрание акционеров.	4.3. Дивиденды.
1. Структура собственности и влияние внешних заинтересованных ЛИЦ.	1.1. Прозрачность структуры собственности.	1.2. Концентрация собственности и влияние внешних заинтересованных ЛИЦ.	

2. Права акционеров и отношения с заинтересованными ЛИЦАМИ.	2.1. Общее собрание акционеров и порядок голосования.	2.2. Права владельцев акций и меры по защите от поглощения.	2.3. Отношения заинтересованными ЛИЦАМИ.
	3.1. Содержание раскрываемой информации	3.2. Своевременность раскрытия информации и доступ к раскрываемой информации.	3.3. Порядок проведения аудитов
4. Совет директоров: состав и эффективность работы.	4.1. Состав и независимость совета директоров.	4.2. Роль совета директоров и эффективность его деятельности.	членов совета директоров.

2. Заполните пустые строки

Принципы корпоративного управления ОЭСР (OECD Principles of Corporate Governance) - приняты в мае 1999 г (обновление апрель 2004 г.)

1.	Структура корпоративного управления должна защищать права акционеров
2. Равное отношение к акционерам	Структура корпоративного управления должна обеспечивать равное отношение к акционерам, включая мелких и иностранных инвесторов. У всех акционеров должна быть возможность получить эффективную защиту в случае нарушения их прав.
3.	Структура корпоративного управления должна признавать предусмотренные законом права заинтересованных лиц и поощрять их активное сотрудничество с компанией в создании рабочих мест, повышении благосостояния и обеспечении финансовой стабильности предприятий.
4.	Структура корпоративного управления должна обеспечивать своевременное и точное раскрытие информации по всем существенным вопросам, касающимся компании, включая финансовое положение, результаты деятельности, собственность и управление компанией.
5. Обязанности совета директоров	

Вопросы по теме

1. Определение и содержание корпоративного управления.
2. Каково взаимодействие между основными органами управления?
3. Каковы отличия корпоративного управления от руководства?
4. Каковы особенности корпоративного управления в банках?
5. Правовые основы корпоративного управления в банках Узбекистана.
6. Правовые основы корпоративного управления в банках международного опыт.
7. Модели корпоративного управления и их свойства.

8. Каковы основные механизмы корпоративного управления?
9. Каковы основные модели совета директоров, существующие в мире?
10. В чем смысл механизма враждебного поглощения?

Тема 5: Финансовый менеджмент в деятельности коммерческого банка.

План:

1. Теоретические основы управления активами и пассивами банков и их значение в деятельности банков.
2. Основы управления
3. Задачи и организационная структура отделов, обеспечивающих управление активами и пассивами.
4. Место управления активами и пассивами в обеспечении ликвидности банка.
5. Методы управления прибылью коммерческого банка.
6. Методы управления прибылью коммерческого банка.
7. Роль финансового менеджмента в деятельности коммерческого банка в условиях модернизации экономики.

Кейсы по теме Группа 1

Ответы на вопросы

Что такое банковская политика и что входит в его состав?

Заполните таблицу.

Как влияет на активы?

	Как изменяется?	Как изменяется?
Ситуация	(валовой потребность,	1.кривая линия двинется на

	валовый предложение)	лево или на право; 2.изменяется по кривой линии; 3. увеличивается, уменьшается.
Увеличение ставки рефинансирования на 5 процентов		

Постепенность решение задачи.

1. Как на активы банка влияет это ситуация?
2. Определите характеристику изменения.
3. Заполните таблицу.

Группа 2.

1. Ответе на вопросы.

Пассивы банка и методы управления?

2. Заполните таблицу.

Как влияет ниже перечисленные факторы на управления пассивами банка?

Ситуация	Как изменяется? (валовый потребность, валовый предложение)	Как изменяется? 1.кривая линия двинется на лево или на право; 2.изменяется по кривой линии; 3. увеличивается, уменьшается.
Увеличение первостепенного капитала в общем капитале		

Постепенность решение кейса.

1. Как это ситуация влияет на баланс банка?

- **Структура пассивов** : чем ниже доля вкладов до востребования и больше доля срочных вкладов, тем выше ликвидность/
2. Методом мозгового штурма найдите ответ на проблемный вопрос.
Для решения задачи управления активами и пассивами необходимо иметь следующую информацию....

Вопросы по теме

1. Сущность финансового менеджмента
2. Задачи финансового менеджмента в банках
3. Методы управления активами банка
4. Методы управления пассивами банка
5. Метод фондового пуля и особенности метода
6. Управления ликвидности коммерческого банка
7. Управления прибылью коммерческого банка
8. Теории управления активами и пассивами банка
9. Управление активами по методу общего фонда средств
10. Управление активами по методу распределения активов
(конверсия средств)

Тема 7. Система управления банковским персоналом.

План:

1. Управление банковским персоналом и его особенности.
2. Планирование потребности в банковском персонале, вопросы их найма и оценки.
3. Процесс планирования персонала
4. Планирование потребности коммерческого банка в персонале.
5. Деятельность коллектива на пути достижения общих целей
6. Стимулирование и мотивация персонала банка.
7. Требования к управленческим решениям.

Кейсы по теме

Группа 1

Ответе на вопросы

На основе шкалы Дж. Роттер выберите сотрудников.

Группа 2.

Ответе на вопросы.

Как надо стимулировать сотрудников что бы увеличит эффективность работы?

Задачи по теме

1. Проведите SWOT-анализ внутренней среды по методам управления персоналом в коммерческом банке.

	Методы управления персоналом в коммерческом банке	Значимость	Возможности	Оценка	Интегральная оценка	Угрозы	Оценка	Интегральная	Отклонение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10=6-9

2. Обесните схему.

Вопросы по теме

1. Управление банковским персоналом и его особенности.
2. Что предполагает успешное управление банковским персоналом?
3. 3-уровневая система управления персоналом.
4. Каковы приоритеты кадровой политики?
5. Значение кадровой информации?
6. Стили руководства в банковской сфере.
7. Необходимость и задачи планирования персонала?
8. Принципы планирования персонала
9. Содержание кадрового планирования.
10. Как определяется коэффициент текучести кадров?
11. Какова последовательность планирования потребности в персонале.
12. Какие требования предъявляются к кадровому планированию?

Тема 7.: Маркетинг в деятельности коммерческого банка.

План:

1. Сущность банковского маркетинга и его особенности.
2. Контроль в системе маркетинга и его значение в развитии банковской деятельности.
3. Необходимость маркетинга банковских услуг и его основные направления.
4. Пути обеспечения эффективности контроля в банковском маркетинге.
5. Этапы контроля в банковской деятельности. Задачи контроля.
6. Пути развития маркетинга в деятельности банков в условиях модернизации экономики.

Кейсы по теме

Группа 1

В банке внедрено новый депозит «Сармоя». Срок депозита от 3 до 6 месяцев, процентная ставка 28 процентов годовых.

Задание. Как банк должен внедрит этот депозит на рынке.

Группа 2.

Проведите маркетинговый опрос среди студентов по банковским услугам и подготовте отчет.

Задачи по теме

1. Назовите, какие факторы микросреды из разряда демографических, эко- номических, социо-культурных, политических, международных и др. необхо- димо учитывать кредитному учреждению при предложении рынку банковской продукции. В каждой группе факторов укажите три наиболее важных.

2. Разработайте варианты позиционирования новых банковских услуг, пла- нируемых к выводу на рынок кредитным учреждением. Какие атрибуты пози- ционирования используются существующими банками. Что необходимо пред- принять “товаропроизводителю”, чтобы его позиционирование было убеди- тельным для потенциальных потребителей?

Вопросы по теме

1. Вид сегментации, основанный на принципах социально- профессионального деления населения по возрасту, стилю жизни, по опыту использования банковских услуг
2. К какому виду маркетинга относятся действия банковской службы?
3. К какому виду рекламы относится реклама, используемая при введении нового банковского продукта на рынке, направленная на потенциальных клиентов?
4. Видом маркетинга, применяющимся при негативном отношении к банковским услугам.....
5. К какому типу относится организационная структура маркетинговой службы в условиях завоевания рынка услуг, при введении новых операций?
6. Маркетинг, направленный на совершенствование качества банковских услуг, формирование собственной нити на рынке, снижение издержек– это
7. Система средств взаимосвязей банка с потенциальными потребителями, направленная на побуждение к приобретению банковских услуг
8. Как называется часть рынка банковских услуг, полностью освоенная банком и требующая постоянных действий по поддержке спроса

9. Как называется период времени, начинающийся созданием банковского продукта и оканчивающийся свертыванием и сокращением спроса на данный продукт

10. Функции банковского маркетинга

Тема 8. Изучение рынка банковского продукта и услуг.

План:

1. Банковские продукты и его виды.
2. Основные типы банковских услуг и банки.
3. Спрос на банковский продукт и факторы его формирования.
4. Виды банковских услуг.
5. Основные направления изучения рынка банковских услуг.
6. Изучение спроса на банковские услуги.

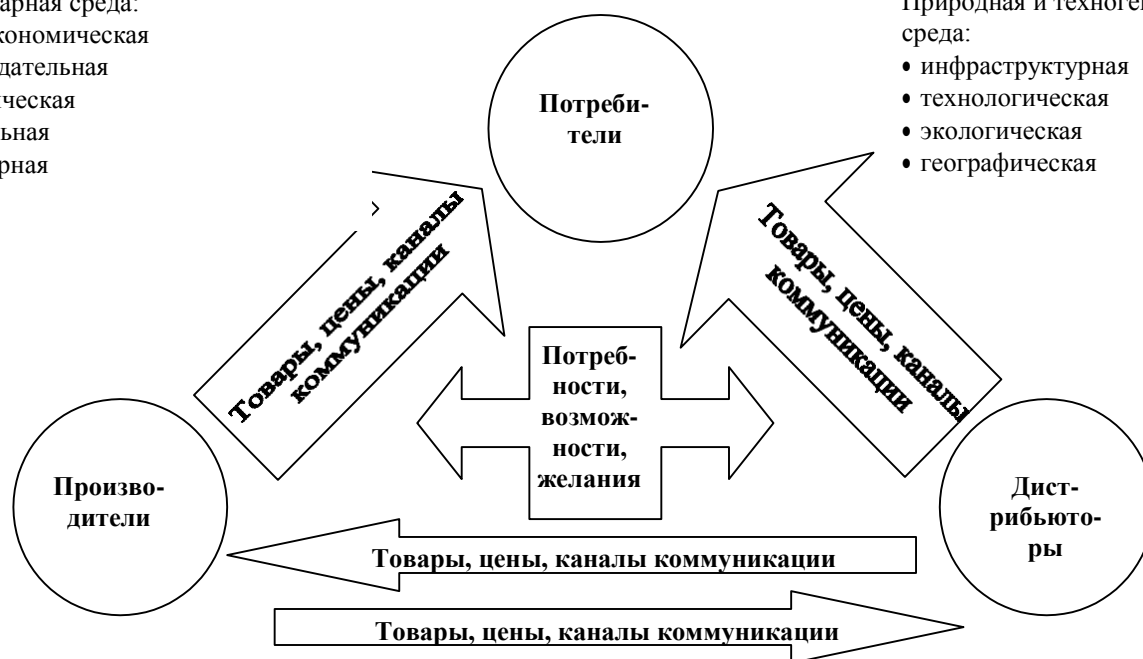
Кейсы по теме

1. По предложенной схеме постройте полную модель рынка для выбранного вами банковского продукта.

Социальная среда:
• гуманитарная
• общеэкономическая
• законодательная
• политическая
• социальная
• культурная

Природная и техногенная среда:

- инфраструктурная
- технологическая
- экологическая
- географическая



Построение модели рынка

2. Выберите банк и оцените его товарный портфель по предложенной матрице

	Стадия жизненного цикла			
	Зарождение	рост	зрелость	старение
конкурентоспособность				
доминирование				
лидерная позиция				
благоприятная позиция				
прочная позиция				
слабая позиция				
жизнеспособная позиция				

широкий диапазон выбора стратегий
осторожная, селективное развертывание
(опасность: уход в рыночную нишу, отказ
от рынка или ликвидация)

Задачи по теме

1. Для каждого источника получения информации оцените: качество информации (полнота, достоверность, применимость) и легкость доступа к ней в российской практике (опрос, наблюдение и т.д.).

2. Определите виды спроса, соответствующие жизненному циклу товаров:

- а) пластиковые карточки;
- б) пользование сейфами;
- в) банковские депозиты;
- г) банковские кредиты;
- д) инкассация и др.

Изобразите состояние спроса на схеме ЖЦТ.

Вопросы по теме

1. Какие вы знаете банковские продукты и их виды?
2. Спрос на банковский продукт и факторы его формирования.
3. Каковы виды банковских услуг?
4. Что является банковским продуктом?
5. Каковы виды банковского продукта?
6. Спрос на банковские продукты?
7. Факторы, формирующие спрос на банковские продукты
8. Что представляет собой спрос на банковский продукт?

9. Спрос на банковские продукты?

10. Факторы, формирующие спрос на банковские продукты?

Тема 9. Рынок клиентов коммерческого банка.

План:

1. Структура банковских клиентов и их характеристика.
2. Привлечение клиентов в условиях межбанковской конкуренции и способы привлечения.
3. Формы прямого поиска клиентов
4. Способы привлечения клиентов в банк
5. Ценовая политика коммерческих банков и её роль в привлечении клиентов.
6. Классификация клиентов по объёму денежных потоков и уровню капитала.
7. Методика оценки доходности клиента для банка

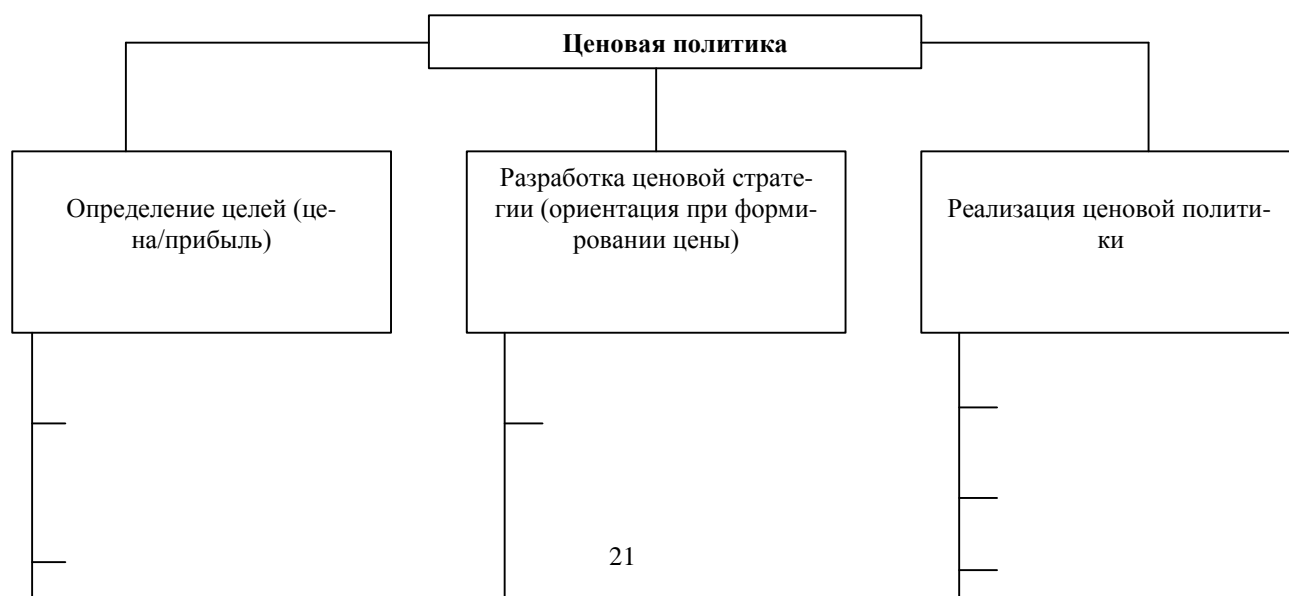
Кейсы по теме

1. В отечественной практике найдите примеры несоответствия цены и качества банковского товара и объясните их. Заполните матрицу в таблице.

Взаимосвязь между уровнями цен и качеством товаров

Качество	Цена		
	высокая	средняя	низкая
Высокое	Стратегия премиальных наценок		
Среднее	Стратегия завышенной цены	Стратегия среднего уровня	
Низкое	Стратегия ограбления	Стратегия показного блеска	Стратегия низкой ценностной значимости

2. Дополните и уточните задачи ценовой политики банка на рисунке.



Задачи по теме

1. Для удовлетворения кредитной заявки клиента на сумму 10,0 у.е. и на срок 1 год, банк привлек средства клиентов: 5,0 у.е. по ставке 18,75 % годовых и 5,0 у.е. по ставке 18,40 % годовых. Расходы по анализу кредитной заявки и учету составили 1,0 %. Кредитный совет рекомендовал установить премию за риск 2,0 %, а максимальную маржу прибыли 2,5%, банк предпочел использовать модель установления ставки по принципу “стоимость плюс”. Какую ставку установил банк?

2. Рассчитайте процентную маржу по кредиту, установленную методом ценового лидерства, если желаемая маржа прибыли – 3,5%, базовая ставка – 29,0 %, клиент – 1 класса, кредит отнесен к группе с особым риском.

Вопросы по теме

1. Структура банковских клиентов и их характеристика.
2. *Каковы* способы привлечения клиентов в банк?
3. Виды экономической работы с клиентурой?
4. Этапы работы с клиентурой банка?
5. Привлечение клиентов в условиях межбанковской конкуренции и способы привлечения.
6. Какова информация, рассматриваемая при сборе данных о клиентах?
7. Какие характерные черты банковских услуг наиболее важны для клиентов?
8. Есть ли какие-либо явные тенденции, которые представляют особую важность для клиентов?
9. Есть ли какие-либо неудовлетворенные потребности?
10. Какие изменения в окружающей среде затрагивают наши отношения с клиентами

Тема 10.: Межбанковская конкуренция: сущность и формирование.

План:

1. Экономическая сущность межбанковской конкуренции.
2. Этапы развития и правовые основы межбанковской конкуренции в Узбекистане.
3. Формирование межбанковской конкуренции на практике зарубежных банков.
4. Способы оценки конкурентоспособности коммерческих банков.
5. Межбанковская конкурентная среда в условиях модернизации экономики Узбекистана.

Кейсы по теме

Группа 1

На примере банка “А” составьте бизнес план. Дайте определение составленного бизнес плана.

Группа 2.

Перечислите этапы финансового менеджмента. На примере банка “В” составьте стратегию и тактику банка.

Группа 3.

Вычислите расходы для внедрения стратегического плана в банке «Д».

Задачи по теме

1. Банковский маркетинг как особый подход к управлению производством и реализацией продукции сформировался:

а) в начале двадцатого века, когда в ряде промышленно развитых стран обострилась конкуренция между производителями продукции и шел процесс создания крупномасштабного производства.

б) в 1926 г., когда в США была создана Национальная ассоциация маркетинга и рекламы.

в) в 1929-1988 гг., когда в США разразился глубокий экономический кризис

с. г) после второй мировой войны, когда наиболее развитые страны вступили в постиндустриальный этап своего развития.

Какой из перечисленных вариантов ответа представляется вам верным? Аргументировано объясните свою позицию.

Когда, по вашему мнению, маркетинг появился в современной России?

Какие объективные обстоятельства способствуют развитию российского маркетинга?

2. Среди функций банковского маркетинга приоритетную роль играет исследование рынка банковских услуг. От того, насколько тщательно изучены и определены уровень, характер и структура спроса, конкуренция, условия сбыта, зависит успех банка. Результаты этих исследований кладутся в основу всех других функций маркетинга. Они определяют темпы обновления выпускаемой продукции, технического перевооружения, потребность в материалах и рабочей силе.

Отечественная практика конверсии показывает, что отсутствие рыночных исследований, игнорирование реально происходящих рыночных процессов является основной причиной неудач в конверсии.

Не менее важную роль среди функций маркетинга играет планирование. Именно с его помощью увязываются воедино вопросы выбора нужного

для рынка товара или целого ассортимента продукции, ценообразование, реклама, сбыт, позволяя разрабатывать стратегию и тактику банка.
Проанализируйте указанные в задании функции маркетинга и дополните их перечень.

Вопросы по теме

1. Что позволяет оценить рентабельность банка, %?
2. Конкуренция на рынке банковских услуг, отличается от конкуренции на иных финансовых рынках, чем?
3. Какие тенденции прослеживаются в современных условиях рынка в области конкуренции в банковском бизнесе?
4. В настоящее время, в сфере привлечения денежных средств в банковском секторе экономики имеются повышенные риски?
5. Что характеризует коэффициент эффективности использования привлеченных ресурсов?
6. Правовые основы межбанковской конкуренции в Узбекистане.
7. Экономическая сущность межбанковской конкуренции.
8. Банковские рынки являются рынками дифференцированной олигополии, предоставляющими широкие возможности для кооперации и согласования рыночной политики кредитных институтов, таким образом наряду с индивидуальной существует групповая банковская конкуренция?
9. Виды групповой конкуренции
10. Монополия и её последствия в экономике.

Тема 11. Стратегическое планирование банковской деятельности.

План:

1. Финансовая стратегия коммерческого банка и его структура (процентная политика, эмиссионная политика, депозитная политика, кредитная политика, фондовая политика, дивидендная политика и политика обеспечения ликвидности).
2. Планирование как функция стратегического менеджмента.
Организационная структура систем планирования
3. Концептуальные основы стратегического планирования.
4. Роль финансового и стратегического планирования в развитии деятельности коммерческого банка в условиях финансово-экономического кризиса.
5. Определение направлений банковского бизнеса в достижении финансовых целей.

Кейсы по теме

1. Дайте заключение на стратегический план банка.

С учетом этого Национальным банком определены следующие приоритеты развития на следующий год:

- Увеличение роли Банка в финансировании инвестиционных проектов, способствующих экономическому развитию Узбекистана, его экспортного потенциала;

- Содействие в финансовом оздоровлении и восстановлении экономически несостоятельных предприятий, их технической и технологической модернизации;
 - Расширение спектра услуг, оказываемого малому бизнесу и частному предпринимательству;
 - Поддержка субъектов агропромышленного комплекса;
 - Развитие розничного бизнеса, с предоставлением спектра услуг максимально привлекательного и выгодного клиентам и разработкой новых банковских продуктов;
 - Углубление сотрудничества с зарубежными банками и международными финансовыми институтами;
 - Расширение спектра услуг на фондовом рынке;
 - Оптимизация филиальной сети и сети мини-банков, способных оперативно и повсеместно предоставлять услуги по всей республике с минимальными издержками и полным комплексом услуг;
 - Дальнейшее повышение уровня капитализации Банка.
2. Изучите стратегию других банков и сравните.

Задачи по теме

Задание. Составьте реферат на тему: Стратегическое планирование банковской деятельности

Тема: «Этапы стратегического планирования»

Стратегическое планирование можно определить как процесс разработки альтернативных стратегий управления организацией (в области маркетинга, управления ресурсами и рисками, организации деятельности персонала), обеспечивающих достижение ее целей, согласованных с требованиями рынка и внутренним потенциалом кредитной организации.

Цель стратегического управления, — разработка, внедрение и развитие таких новых направлений банковской деятельности и банковских продуктов, которые обеспечивали бы рост доли завоеванного рынка, доходов банка и, как следствие, увеличение рыночной стоимости кредитной организации.

Разработка стратегии проводится в процессе стратегического планирования, а тактика определяется бизнес-планом банка, что позволяет условно разграничить эти два процесса, хотя они очень тесно связаны между собой. Стратегия формулируется, как правило, на длительный срок (5—10 лет), горизонт бизнес-плана более ограничен и составляет 1—5 лет.

Задачи

Для грамотного и последовательного осуществления процесса стратегического менеджмента необходимо четко сформулировать его основные задачи.

- Во-первых, система стратегического менеджмента решает задачу планомерного развития организации, что достигается путем неуклонного приближения кредитной организации к тем целям, которые она ставит перед собой. Это дает положительную динамику развития и конкурентоспособности: ресурсы и силы не распыляются, а сосредоточиваются на принципиальных для достижения цели позициях.

- Во-вторых, система стратегического менеджмента позволяет снизить риски влияния внешней среды, поскольку обеспечивает регламентацию действий в разного рода неожиданных ситуациях (нестабильность рынков, девальвация, резко возросшая конкуренция, снижение доходности, изменение принципиальных положений законодательства) и позволяет в случае их возникновения действовать по заранее составленному плану, незначительно корректируя его в соответствии со сложившимися обстоятельствами.

Вопросы по теме

1. Финансовая стратегия коммерческого банка и его структура
2. Процентная политика банка
3. Депозитная политика банка и влияющие на неё факторы
4. Кредитная политика банка
5. Элементы кредитной политики банка
6. Этапы формирования стратегии банка
7. Тактика банка
8. Бизнес план банка и его роль в осуществлении стратегии банка
9. Изучите цели государственных и частных банков Республики
10. Банковская политика, ее составляющие элементы

