

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

Кафедра банковского дела

**Учебно-методическая разработка по дисциплине
«Клиентоориентированные технологии
в банковском деле»
для семинарских, практических занятий и
самостоятельной работы студентов,
обучающихся по направлению 080100. 68
«Экономика»
(магистерская программа «Банки и банковская
деятельность»)**

Казань – 2014

Составитель: к.э.н., доцент Булатова Э.И.

Рецензенты: д.э.н., профессор Вагизова В.И.

Обсуждена на заседании кафедры банковского дела, протокол № 5 от 25 декабря 2013 г.

Утверждена Учебно-методической комиссией института, протокол №__ от «__» _____ 2014г.

Введение

Учебно-методическая разработка по дисциплине «Клиентоориентированные технологии в банковском деле» составлена в соответствии требованиям ФГОС ВПО третьего поколения, Программой дисциплины и включает все темы курса. В методической разработке предусмотрены вопросы для обсуждения, контрольные вопросы, практические задания, задания для самостоятельной работы. По каждой теме приведен список рекомендуемой литературы.

Семинарские занятия по дисциплине «Клиентоориентированные технологии в банковском деле» проводятся с целью углубленного изучения магистрантами технологий создания и управления банковским продуктом, особенностей технологий продаж банковских продуктов конкретным группам клиентов и построения взаимоотношений банка с клиентами. Уровень усвоения студентами теоретического материала проверяется посредством опроса по ключевым вопросам темы. Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы предназначены для проверки качества усвоения теоретического материала. Ответы на контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы соответственно готовятся и выполняются студентами самостоятельно с последующей их проверкой преподавателем на семинарских занятиях. Решение практических заданий позволяет студентам применить теоретические знания, полученные на лекционных и семинарских занятиях.

Тема 1. Банковские продукты и услуги. Технологии проведения банковских операций (2 занятия)

Занятие 1

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и характеристика банковских продуктов.
2. Специфика клиентоориентированного банковского продукта.
3. Основные виды банковских услуг.
4. Банковские операции и технологии их проведения.

Контрольные вопросы

1. Единство и различие понятий «банковский продукт», «банковская услуга», «банковская операция».
2. Основные виды банковских продуктов.
3. Специфика клиентоориентированного банковского продукта.
4. Основные виды банковских услуг.
5. Классификация банковских операций.
6. Технологии проведения основных банковских операций.

Задание для самостоятельной работы по теме:

Изучить продуктовую политику региональных коммерческих банков, используя публикации в средствах массовой информации, а также интернет-ресурсы. В ходе исследования выявить банки, занимающие лидирующие позиции в сфере корпоративного и розничного кредитования. Результаты анализа оформить в виде таблицы, сформулировать соответствующие выводы.

Занятие 2.

Семинар в интерактивной форме

Проведение семинара в интерактивном режиме, в форме решения и обсуждения бизнес-кейса «Технологии расчетно-кассовых операций коммерческих банков» по теме: «Банковские продукты и услуги. Технологии проведения банковских операций».

Цель семинара: развитие у студентов практических навыков анализа особенностей технологий проведения банковских операций.

В рамках семинара по теме «Банковские продукты и услуги. Технологии проведения банковских операций» студенты по списку делятся на четыре подгруппы и каждая подгруппа самостоятельно решает бизнес-кейс «Технологии расчетно-кассовых операций коммерческих», суть которого заключается в том, чтобы на основе изучения информации, представленной на сайтах крупных региональных банков:

- провести анализ разнообразия предоставляемых услуг в сфере расчетно-кассового обслуживания клиентов;
- сравнить уровень тарифов по расчетно-кассовым операциям;
- определить особенности осуществления расчетно-кассового обслуживания клиентов;
- выявить, какие технологии дистанционного банковского обслуживания клиентов используются в банках.

Выводы и основные результаты проведенного анализа изложить письменно.

Студенты принимают активное участие в обсуждении результатов и выводов, полученных по итогам решения кейса, задают интересующие вопросы.

Роль преподавателя: в ходе проведения семинара в интерактивном режиме преподаватель комментирует полученные студентами результаты и выводы, оценивает качество и аргументированность выводов.

После завершения решения бизнес-кейса, проводится обсуждение, каждая подгруппа студентов доказывает полученные им выводы, преподаватель оценивает результаты решения кейса каждой подгруппы студентов.

Задание для самостоятельной работы по теме:

Используя общедоступную информацию (интернет-ресурсы, рекламные буклеты и т.п.), обобщить и сравнить информацию об условиях вкладных и депозитных операций в двух-трех региональных коммерческих банках. Сделать выводы о продуктовой и процентной политике этих банков. Результаты анализа оформить в табличной форме.

Рекомендуемая литература

1. Банковское дело: учебник / Под ред. Г.Г. Коробовой. - М.: Магистр,

2012. (ЭБС Znanium.com).

2. Коробова Г.Г. Банковские операции: учебное пособие / Г.Г. Коробова, Е.А. Нестеренко, Р.А. Карпова; Под ред. Ю.И. Коробова - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013 (ЭБС Znanium.com).

3. Жуков Е. Ф. Банковское дело: учебник / Е.Ф. Жуков и др.; под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com).

4. Звонова Е.А. Организация деятельности коммерческого банка: учебник / Е.А. Звонова, М.А. Белецкий, М.Ю. Богачева, О.Ю. Дадашева и др.; Под ред. Е.А. Звоновой - М.: НИЦ Инфра-М, 2012 (ЭБС Znanium.com).

5. Исаев Р.А. Секреты успешных банков: бизнес-процессы и технологии / Р. А. Исаев. - М.: ИНФРА-М, 2012 (ЭБС Znanium.com).

6. Исаев Р.А. Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг / Р.А. Исаев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013 (ЭБС Znanium.com).

7. Рудакова О. С. Банковские электронные услуги: учебное пособие / О.С. Рудакова. - М.: Вузовский учебник, 2009 (ЭБС Znanium.com).

8. Стародубцева Е.Б. Банковское дело: учебник / Е.Б. Стародубцева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014 (ЭБС Znanium.com).

9. Тавасиев А. М. Банковское дело. Управление и технологии: учебник / Под ред. А.М. Тавасиева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com)

10. Турбанов А., Тютюнник А. Банковское дело: операции, технологии, управление / А. Турбанов, А. Тютюнник. - М.: Альпина Паблишерз, 2010.

Тема 2. Технологии разработки/совершенствования банковских продуктов (2занятия)

Занятие 1

Вопросы для обсуждения

1. Инициирование разработки/совершенствования продукта.
2. Экспертиза предложения по разработке/совершенствованию банковского продукта.
3. Разработка продукта с учетом жизненного цикла продукта.

4. Управление банковским продуктом.

Контрольные вопросы

1. Жизненный цикл банковского продукта.
2. Технология создания нового банковского продукта.
3. Риски внедрения и сопровождения продукта.
4. Мероприятия по продвижению продукта на рынок.
5. Этапы установления цены на продукты и услуги банков.
6. Рентабельность банковского продукта и способы ее оценки.
7. Бизнес-процессы продажи продукта.

Занятие 2

Семинар в интерактивной форме

Проведение семинара в интерактивном режиме, в форме решения бизнес-кейса «Технология создания нового банковского продукта» по теме: «Технологии разработки и совершенствования банковских продуктов».

Цель семинара: развитие у студентов практических навыков проектирования банковских продуктов на основе интересов банка и клиента.

В рамках семинара по теме «Технологии разработки и совершенствования банковских продуктов» студенты по списку делятся на две подгруппы и каждая подгруппа самостоятельно решает бизнес-кейс «Технология создания нового банковского продукта», суть которого заключается в следующем:

- необходимо предложить новый банковский продукт, который рассчитан на определенную целевую аудиторию и основан на стандартных банковских операциях;
- представить предложение на разработку нового банковского продукта (по форме таблицы 1 Приложения 1);
- описать технологию проведения основных банковских операций в рамках разработанного продукта;
- выявить роль ключевых компетенций в системе обеспечения клиентоориентированности и конкурентоспособности банка;

- подготовить экономическое обоснование маркетинговой политики банка (по форме таблицы 2 Приложения 1).

Для исследования использовать официальные сайты коммерческих банков, публикации в средствах массовой информации, а также любую другую доступную информацию. Выводы и основные результаты проведенного анализа изложить письменно.

Студенты принимают активное участие в обсуждении результатов и выводов, полученных по итогам решения кейса, задают интересующие вопросы.

Роль преподавателя: в ходе проведения семинара в интерактивном режиме преподаватель комментирует полученные студентами результаты и выводы, оценивает качество и аргументированность выводов.

После завершения решения бизнес-кейса, решение бизнес-кейса обсуждается, каждая подгруппа студентов доказывает полученные им выводы, преподаватель оценивает результаты решения кейса каждой подгруппы студентов.

Задания для самостоятельной работы по теме

1. На примере конкретного банка провести исследование по следующим направлениям:

- нововведения, сделанные банком с целью сохранения клиентской базы;
- современные информационные технологии, применяемые банком для дистанционного обслуживания клиентов. Результаты обобщить в письменном виде.

Рекомендуемая литература

1. Владиславлев Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2009.

2. Владиславлев Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга и менеджмента / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2011.

3. Вдовин В.М. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: учебное пособие / В.М. Вдовин, Л. Е. Суркова. - М.: Дашков и К, 2012. (ЭБС Znanium.com).

4. Коробова Г.Г. Банковские операции: учебное пособие / Г.Г. Коробова, Е.А. Нестеренко, Р.А. Карпова; Под ред. Ю.И. Коробова - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013 (ЭБС Znanium.com).

5. Жуков Е.Ф. Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учебник / Е.Ф. Жуков и др.; под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com).

6. Тавасиев А.М. Банковское дело. Управление и технологии: учебник / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 (ЭБС Znanium.com).

7. Титоренко Г.А. Компьютеризация банковских операций: учебное пособие / Г.А. Титоренко; под ред. Г.А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012(ЭБС Znanium.com).

Тема 3. Технология продаж банковских продуктов (2 занятия)

Занятие 1

Вопросы для обсуждения

1. Сегментация рынка банковских услуг.
2. Маркетинговый анализ клиентов и продуктов банка.
3. Управление спросом на банковские продукты и услуги.
4. Стратегии продаж банковских продуктов и услуг.
5. Банковская инфраструктура по обслуживанию рынка продаж.
6. Личная продажа, особенности ее использования в банках.
7. Зарубежные технологии продаж банковских продуктов.

Контрольные вопросы

1. Содержание стратегии продаж банковских продуктов и услуг в условиях глобализации экономики.
2. Управление спросом на банковские продукты: проблемы и направления повышения эффективности.
3. Влияние бренда на установление цены банковских продуктов.
4. Коммуникационная стратегия банка: проблемы разработки и реализации.
5. Задачи и функции участников продаж банковских продуктов.

6. Лояльность клиентов банка и показатели, отражающие ее уровень.

Практическое задание

Проанализируйте таблицы 1 и 2, оцените правильность сегментации клиентов банка, точность адресности конкретных продуктов каждому из сегментов. Предложите свои варианты.

Таблица 1

Сегментация клиентов банка по возрастному признаку

Возрастная группа	Характерные черты жизненного цикла
Молодежь (16-22 года)	Студенты, лица, впервые нанимающиеся на работу; более взрослые люди, готовящиеся вступить в брак
Молодые люди, недавно образовавшие семью (25-30 лет)	Люди, впервые покупающие дом и потребительские товары длительного пользования
Семьи «со стажем» (25-45 лет)	Люди со сложившейся карьерой, но ограниченной свободой финансовых действий. Первоочередные цели - улучшение жилищных условий, обеспечение финансовой защиты семьи, предоставление образования детям
Лица «зрелого возраста» (40-55 лет)	У людей этой категории наблюдается рост дохода по мере снижения финансовых обязательств. Важная цель - планирование пенсионного обеспечения
Лица, готовящиеся к уходу на пенсию (55 и более лет)	Люди имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность
Лица, готовящиеся к уходу на пенсию (55 и более лет)	Люди имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность

Таблица 2

Банковское обслуживание групп клиентов

Возрастная группа	Примеры банковского обслуживания
Молодежь (16-22 года)	Для членов группы характерны повышенная мобильность, частые переезды, жизнь вне пределов дома. Им необходимы услуги по переводу денег, краткосрочные ссуды, относительно простые формы сбережений, банковские услуги, связанные с туризмом
Молодые люди, недавно образовавшие семью (25-30 лет)	Эта группа нуждается в открытии совместного банковского счета для мужа и жены, в кредитных карточках для покупки товаров, в разных формах возобновляемого кредита. Они прибегают к целевым формам сбережений (особенно если планируется покупка дома) и к услугам по финансовой защите семьи (страхование и т.д.)
Семьи «со стажем» (25-45 лет)	Широко пользуются потребительским кредитом для покупки товаров в рассрочку и улучшения жилищных условий. Практикуют сберегательные схемы для родителей и детей. Нуждаются в консультировании по вопросам финансирования образования, инвестирования сбережений, налогообложения, страхования, завещательных распоряжений
Лица «зрелого возраста» и готовящиеся к уходу на пенсию	Наиболее устойчивая группа банковских клиентов. Хранят крупные остатки на банковских счетах. Требуют высокого уровня обслуживания, включая финансовое консультирование, помощь в распоряжении капиталом, завещательные распоряжения и т.д.

Занятие 2

Семинар проводится в интерактивной форме

Проведение семинара в интерактивном режиме, в форме решения бизнес-кейса «Организация активных продаж банковских продуктов и услуг» по теме: «Технология продаж банковских продуктов».

Цель занятия: ознакомить студентов с основными этапами и технологиями работы в сфере активных продаж банковских продуктов и услуг и формирование навыков использования инструментов контроля промежуточных и конечных результатов в процессе продажи банковских продуктов.

В рамках семинара по теме «Технология продаж банковских продуктов» студенты по списку делятся на четыре подгруппы и каждая подгруппа самостоятельно решает бизнес-кейс «Организация активных продаж банковских продуктов и услуг», суть которого заключается в следующем:

- на основе анализа данных таблицы 3 построить воронку продаж банковских продуктов;
- выявить причины низкой эффективности продаж банковских продуктов;
- предложить инструменты повышения эффективности продаж.

Таблица 3

Результаты работы сотрудников банка

Наименование	Иванов	Петров	Сидоров
Количество первых контактов с клиентом	500	220	400
Количество звонков (повторный контакт)	200	60	350
Количество повторных встреч (вторая встреча)	30	20	150
Количество выставленных предложений (озвучена цена)	15	15	90
Количество сделанных предложений по дополнительным продуктам (количество клиентов, которым были сделаны предложения)	15	8	90
Количество заключенных сделок (оплата клиентом услуг банка)	10	5	60
Количество сделанных предложенный по кросс-продажам (количество клиентов, которым были сделаны предложения)	10	5	20
Сумма заключенных сделок (тыс. руб.)	3500	1750	18000

Выводы и основные результаты проведенного анализа изложить письменно. Студенты принимают активное участие в обсуждении результатов и выводов, полученных по итогам решения кейса, задают интересующие вопросы.

Роль преподавателя: в ходе проведения семинара в интерактивном режиме преподаватель комментирует полученные студентами результаты и выводы, оценивает качество и аргументированность выводов.

После завершения решения бизнес-кейса, решение бизнес-кейса обсуждается, каждая подгруппа студентов доказывает полученные имивыводы по качественному анализу, преподаватель оценивает результаты решения кейса каждой подгруппы студентов.

Задание для самостоятельной работы по теме

1. Провести сравнительный анализ зарубежных технологий продаж банковских продуктов на примере стран Евросоюза.

2. Подготовить эссе на тему «Инновационные клиентоориентированные технологии, применяемые в банковском деле» с использованием собственных доводов, аргументов и конкретных примеров.

В эссе должна быть выделена вводная часть, состоящая из трех-четырех предложений. Во вводной части автору эссе следует обосновать актуальность выбранной темы. Основная часть эссе должна содержать проведенный автором анализ проблемы, выражение собственного отношения к теме, подтверждение собственного мнения конкретными фактами. Эссе должно завершаться выводами автора, содержащими авторские предложения и рекомендации относительно возможностей решения проблем, затронутых в работе. Объем эссе - не более 5 страниц.

Рекомендуемая литература

1. Банковский менеджмент: учебник / коллектив авторов; под ред. д-ра экон. наук. Проф. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2011.

2. Банковские операции: учебное пособие / Под ред. Ю.И. Коробова. - М.: Магистр, 2013 (ЭБС Znanium.com)

3. Владиславлев Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга и менеджмента / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2011.

4. Владиславлев Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2009.

5. Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: учебник / Е.Ф. Жуков; под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com)

6. Пухов А.В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке / А.В. Пухов. - М.: ЦИПСИР: КНОРУС, 2012 (ЭБС Znanium.com).

7. Вдовин В.М. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: учебное пособие / В.М. Вдовин, Л.Е. Суркова. - М.: Дашков и К, 2012 (ЭБС Znanium.com).

8. Тавасиев А.М. Банковское дело. Управление и технологии: учебник / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 (ЭБС Znanium.com).

9. Титоренко Г.А. Компьютеризация банковских операций: учебное пособие / Г.А. Титоренко; под ред. Г.А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com).

Тема 4. Клиентоориентированность банка (2 занятия)

Занятие 1

Контрольная работа

Контрольная работа проводится на основе вопросов, рассмотренных на семинарских занятиях, по темам 1-3. Контрольная работа состоит из двух открытых вопросов.

Примерный вариант контрольной работы

1. Специфика клиентоориентированного банковского продукта.
2. Особенности взаимоотношений банка с клиентами.

Занятие 2

Семинар в интерактивной форме

Проведение семинара в интерактивном режиме, в форме решения бизнес-кейса «Оценка уровня развития клиентоориентированных технологий в коммерческих банках» по теме: «Клиентоориентированность банка».

Цель занятия: ознакомить студентов с основными этапами и технологиями работы в сфере активных продаж банковских продуктов и услуг и формирование навыков использования инструментов контроля промежуточных и конечных результатов в процессе продажи банковских продуктов.

В рамках семинара по теме «Клиентоориентированность банка» студенты по списку делятся на пять подгрупп (по числу анализируемых банков) в ходе решения бизнес-кейса «Оценка уровня развития клиентоориентированных технологий в коммерческих банках» часть студентов выступает в роли экспертов.

Данное задание выполняется с использованием статистической информации и отчетных материалов конкретных коммерческих банков по выбору подгруппы студентов. Информацию по кредитной организации следует искать в сети Интернет на официальном сайте соответствующего банка, а также на официальном сайте Банка России. Кроме того, следует использовать результаты экспертных опросов, проведенных в ходе исследования, материалы, опубликованные в сети Интернет и в периодической печати. Выбор конкретных банков предварительно согласовывается с преподавателем.

Предлагаемые этапы анализа и оценки уровня развития клиентоориентированных технологий в банке:

1. Выявление ключевых компетенций и экспертная оценка значимости каждой из ключевых компетенций.

P1 – деятельность call-центра;

P2 – программы private banking;

P3 – развитие интернет-банкинга;

P4 – внедрение программ стимулирования лояльности;

P5 – развитие системы CRM;

P6 – инновационные банковские продукты.

2. Ранжирование ключевых компетенций по уровню значимости на основе обобщенных мнений экспертов:

1 этап. Для обобщения данных экспертных оценок следует использовать таблицу 2, на первом этапе следует распределить в порядке важности 6 ключевых компетенций, давая наиболее значимой из них оценку «6», а наименее важной – оценку «1». Затем сумма баллов важности для каждого параметра (P_i), выставленных экспертами, должна быть соотнесена с общей суммой баллов по всем параметрам ($P = P_1 + P_2 + \dots + P_6$), что позволит определить нормированную оценку важности уровня компетенций (w_i).

Таблица 2

Результаты ранжирования ключевых компетенций для определения их
весового коэффициента

Эксперты	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1						
2						
3						
4						
5						

2 этап. Оценка ранжированных показателей по выбранным параметрам. Средняя величина компетенций, полученная по результатам экспертных оценок должна быть отражена в таблице 3 (при выставлении оценок экспертами использовать 10-балльную шкалу оценок).

Таблица 3

Экспертные оценки реализации ключевых компетенций банков

ПОКАЗАТЕЛЬ		Банки				
Наименование	Вес (w_i)	Банк 1	Банк 2	Банк 3	Банк 4	Банк 5
Деятельность call-центра						
Программы privatebanking						
Развитие интернет-банкинга						
Развитие CRM						
Внедрение программ лояльности						
Инновационные продукты						

3 этап. Оценка ключевых компетенций с учетом их удельного веса и определение общей оценки уровня конкурентоспособности рассматриваемых банков.

Результаты оценки ключевых компетенций рассматриваемых банков представить в таблице 4.

Таблица 4

Результаты оценки ключевых компетенций клиентоориентированности рассматриваемых банков

БАНК	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1						
2						
3						
4						
5						

4 этап. Оценка совокупного уровня реализации ключевых компетенций коммерческого банка.

Результаты оценки совокупного уровня реализации ключевых компетенций клиентоориентированности банков обобщить и представить в письменном виде.

Студенты принимают активное участие в обсуждении результатов и выводов, полученных по итогам решения кейса, задают интересующие вопросы.

Роль преподавателя: в ходе проведения семинара в интерактивном режиме преподаватель комментирует полученные студентами результаты и выводы, оценивает качество и аргументированность выводов.

После завершения решения бизнес-кейса, решение бизнес-кейса обсуждается, каждая подгруппа студентов доказывает полученные имывыводы по качественному анализу, преподаватель оценивает результаты решения кейса каждой подгруппы студентов.

Задания для самостоятельной работы по теме

На примере конкретного коммерческого банка требуется:

- провести исследование его клиентской базы в динамике за 5 календарных лет с использованием графического метода представления информации;
- определить основные направления работы банка с клиентской базой;
- выделить специфику взаимоотношений банка с клиентами;
- используя экономико-математические методы, представить прогноз развития клиентской базы анализируемого банка на ближайшую перспективу.

При выполнении задания рекомендуется использовать информационно-аналитические материалы Банка России, Ассоциации российских банков и пр. Сделать выводы.

Рекомендуемая литература

1. Банковский маркетинг / Под ред. В.И. Хабарова. - М.: Маркет ДС, 2006.
2. Вдовин В.М. Информационные технологии в финансово-банковской сфере: учебное пособие / В.М. Вдовин, Л. Е. Суркова. - М.: Дашков и К, 2012 (ЭБС Znanium.com).
3. Владиславлев Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга и менеджмента / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2011.
4. Владиславлев Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка / Д.Н. Владиславлев. - М.: Ось-89, 2009.
5. Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: учебник / Е.Ф. Жуков; под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 (ЭБС Znanium.com)
6. Исаев Р.А. Секреты успешных банков: бизнес-процессы и технологии / Р.А. Исаев. - М.: ИНФРА-М, 2012 (ЭБС Znanium.com).
7. Пухов А.В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке / А.В. Пухов. - М.: ЦИПСИР: КНОРУС, 2012 (ЭБС Znanium.com).
8. Тавасиев А.М. Банковское дело. Управление и технологии: учебник / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 (ЭБС Znanium.com).

Предложение на разработку кредитного продукта

Описание и краткая характеристика кредитного продукта	Дается развернутое описание продукта и его характеристика с точки зрения новизны.
Предложения по основным базовым параметрам продукта	Суммы, сроки, порядок и процедура формирования процентных ставок, порядок начисления процентов по продукту, условия погашения, другие.
Наименование раздела банковского перечня банковских продуктов	Указывается раздел базового перечня банковских продуктов, к которому может быть отнесен продукт
Перечень факторов, определяющих спрос на продукт	Дается оценка востребованности и заинтересованности клиентов в банковском продукте
Сегмент клиентов, для которых предназначен продукт	Указывается сегмент клиентов-потребителей продукта, например, сегмент корпоративных клиентов - указывается их отраслевая принадлежность.
Региональные рынки, на которых прогнозируется спрос на продукт	Указывается регион, в котором будет организован сбыт продукта
Прогнозируемые ценовые условия продажи продукта	Оценка прогнозируемого объема сбыта продукта в разбивке по годам, кварталам, в денежном и количественном выражении
Планируемые ценовые условия сбыта продукта	Возможные ценовые параметры продукта
Сведения о ценовых параметрах аналогичных продуктов банков-конкурентов и их активности	Краткая информация о конкурентной среде и позиции банка
Предложения по порядку продвижения продукта	Мероприятия по продвижению продукта на рынке (например, информирование клиентов о продукте с использованием рекламных и справочных материалов)

Концепция разработки кредитного продукта

Наименование	Характеристика
1. Основные сведения о банковском продукте:	
Основные параметры	Потребительские характеристики продукта: цели использования продукта, валюта, в которой может предоставляться продукт, сроки, сумма и пр.
Факторы, определяющие спрос на банковский продукт	Оценка востребованности банковского продукта
Сегмент клиентов	Сегмент клиентов, для которых предназначен данный продукт
Потребности и структура целевого сегмента	Основные потребности сегмента, критерии сегментирования
Потребляемые продукты	Основные продукты, приобретаемые клиентами банка в конкретном сегменте
Доля в доходах Банка	Планируемый объем доходов, как по всем продуктам, так и в разрезе отдельных видов продуктов
Доля банка в сегменте рынка	Оценка доли банка в сегменте
Время продажи единицы продукта	Минимальный и максимальный срок реализации банковского продукта клиенту
Ценовые параметры продукта	Планируемая цена банковского продукта для клиента
Сведения о продуктах-аналогах других банков	Анализ конкурентной позиции банка в сегменте
Подразделения, задействованные в реализации банковского продукта	Перечень структурных подразделений банка, которые будут принимать участие в продаже продукта
2. Описание бизнес-процессов продажи продукта:	
3. Перечень и описание рисков внедрения и сопровождения продукта:	
4. Перечень мероприятий, направленных на снижение рисков внедрения и сопровождения банковского продукта:	
5. Планируемые затраты и расчет экономической эффективности разработки и внедрения продукта:	
6. Мероприятия по продвижению продукта на рынок:	