

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра «Финансы и кредит»

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета к.э.н. доцент

УЗУН И.Н.

(подпись, расшифровка подписи)

“ 05 ” 09 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

на 2023/2024 учебный год

Учебной ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в коммерческом банке»

Направление подготовки:
5.38.03.01-ЭКОНОМИКА

Профиль подготовки
«Финансы и кредит»

квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

заочная

2020 год набора

Тирасполь, 2023

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в коммерческом банке»

/составитель Гросул Н.С. – Тирасполь: ГОУ «ПГУ имени Т.Г.Шевченко», 2023–13с.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ БЛОКА 1 ОБУЧАЮЩИМСЯ
ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 5.38.03.01–
ЭКОНОМИКА ПРОФИЛЬ «ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»**

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 5.38.03.01 – *ЭКОНОМИКА*, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 года №1327.

Составитель _____ / Гросул Н.С., ст. преподаватель
(подпись) 

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины является понимание особенностей маркетинговой деятельности в банках как интегрирующей функции менеджмента.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование знаний о специфике рынка банковских услуг;
- формирование понимания специфики спроса и особенностей поведения потребителей банковской сферы;
- обеспечение умения применить инструментарии маркетинга в банках;
- выработка практических навыков разработки маркетинговой стратегии для обеспечения конкурентных преимуществ банка.

Требования к результатам освоения содержания

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг в коммерческом банке» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.20). Дисциплина «Маркетинг в коммерческом банке» изучается на 4 курсе в 8 семестре. Процесс изучения дисциплины базируется на комплексе знаний, полученных студентами при изучении курсов маркетинг, менеджмент, деньги. кредит. банки, организация деятельности в коммерческом банке, а также предполагает владение современными компьютерными технологиями.

В свою очередь полученные знания в процессе изучения данной дисциплины помогут обучающимся более полно использовать приобретенные навыки в исследованиях банковской деятельности.

Учебная дисциплина способствует профессиональной подготовке выпускника в качестве будущего руководителя и ведущего специалиста в банковской сфере. Исходя из особенностей подготовки, в рамках соответствующего направления основное внимание в дисциплине уделяется привитию практических навыков по принятию управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Дисциплина состоит из 10 разделов. Основными видами учебных занятий по дисциплине являются лекции и практические занятия. При проведении занятий используется комплекс технических средств обучения: специализированные классы, компьютеры, иллюстрационные материалы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

| Код компетенции | Формулировка компетенции |
|-----------------|---|
| ПК-22 | способен применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой, банковской деятельности, учета и контроля; |
| ПК-25 | способен оценивать кредитоспособность клиентов, осуществлять и оформлять выдачу и сопровождение кредитов, проводить операции на рынке межбанковских кредитов, формировать и регулировать целевые резервы; |

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- особенности рынка банковских услуг и возможности применения различных концепций и инструментов маркетинга в банковской сфере
- современные информационные технологии, используемые при анализе риска банковской деятельности

- способы продаж и предоставления финансовых, банковских и страховых продуктов и услуг

УМЕТЬ:

- получать необходимую информацию о потребителях
- сегментировать рынок банковских услуг
- выделять целевые сегменты
- определить и создать конкурентные преимущества банка
- разрабатывать и предоставлять современные финансовые и банковские услуги и продукты

ВЛАДЕТЬ:

- навыками принятия стратегических и операционных решений по развитию банка
- предложениями новых продуктов для разных типов клиентов
- разработкой комплексных программ продвижения банка
- навыками разработки и продажи финансовых услуг, страховых и банковских продуктов.

4. Структура и содержание дисциплины.**4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся**

| Семестр | Количество часов | | | | | | Итоговая форма контроля |
|---------|---------------------------------------|-------------|--------|----------------------|---------------------|------------------------|-------------------------|
| | Трудоемкость дисциплины (з.е./ часов) | в том числе | | | | Самостоятельная работа | |
| | | Всего | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | | |
| 8 | 3/108 | 14 | 6 | 8 | - | 94 | зачет |

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----------|----------|-------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеауд. работа СР |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Маркетинг банковских услуг: персонал, среда, стратегии | 8 | 2 | 2 | - | 22 |
| 2. | Продвижение банковских услуг | 8 | 2 | 2 | - | 36 |
| 3. | Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг | 12 | 2 | 2 | - | 36 |
| | ИТОГО: | 108 | 6 | 8 | - | 94 |

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности
Лекции

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем часов | Тема лекции | Учебно-наглядные пособия |
|---------------|--------------------------|-------------|--|--------------------------|
| 1. | Раздел 1 | 2 | Маркетинг банковских услуг: персонал, среда, стратегии Персонал банковского маркетинга Среда банковского маркетинга Стратегия банковского маркетинга | презентация |
| 2. | Раздел 2 | 2 | Продвижение банковских услуг Жизненный цикл банковских продуктов Продуктовая линейка банка Ценообразование банковских продуктов Стратегии банковского ценообразования Виды каналов продаж банковских продуктов. Электронные каналы продаж Продажа банковских продуктов частным и корпоративным клиентам | презентация |
| 3. | Раздел 3 | 2 | Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг Сегментация рынка. Целевые рынки и целевые стратегии. Позиционирование рыночного предложения Методы оценки конкурентных преимуществ банковских продуктов и услуг. Разработка новых видов конкурентных банковских продуктов Методы маркетинговых исследований. Основные направления и объекты для исследования в банковской сфере. | презентация |
| Итого: | | 6 | | |

Практические (семинарские занятия)

| № п/п | Номер раздела дисциплины | Объем часов | Тема лекции | Учебно-наглядные пособия |
|-------|--------------------------|-------------|---|--------------------------|
| 1. | Раздел 1 | 2 | Маркетинг банковских услуг: персонал, среда, стратегии Персонал банковского маркетинга Среда банковского маркетинга Стратегия банковского маркетинга | Раздаточный материал |
| 2. | Раздел 2 | 2 | Продвижение банковских услуг Жизненный цикл банковских продуктов Продуктовая линейка банка Ценообразование банковских продуктов Стратегии банковского ценообразования Виды каналов продаж банковских продуктов. Электронные каналы продаж Продажа банковских продуктов частным и корпоративным клиентам | Раздаточный материал |

| | | | | |
|---------------|-----------------|----------|--|----------------------|
| 3. | Раздел 3 | 4 | Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг Сегментация рынка. Целевые рынки и целевые стратегии. Позиционирование рыночного предложения Методы оценки конкурентных преимуществ банковских продуктов и услуг. Разработка новых видов конкурентных банковских продуктов Методы маркетинговых исследований. Основные направления и объекты для исследования в банковской сфере. | Раздаточный материал |
| Итого: | | 8 | | |

Лабораторные работы:

Учебным планом выполнение лабораторных работ не предусмотрено.

Самостоятельная работа обучающегося

Самостоятельная работа по дисциплине «*Маркетинг в коммерческом банке*» включает в себя:

| № | Раздел дисциплины | Тема и вид СРС | Трудоемкость (в часах) |
|-----|-------------------|--|------------------------|
| 1. | Раздел 1 | Банковский маркетинг в современных условиях | 2 |
| 2. | Раздел 1 | Сущность и специфика банковского маркетинга | 2 |
| 3. | Раздел 1 | Основное содержание маркетинговой деятельности в банке | 2 |
| 4. | Раздел 1 | Система маркетинговой информации коммерческого банка | 4 |
| 5. | Раздел 1 | Стратегические решения в банковском маркетинге | 2 |
| 6. | Раздел 2 | Жизненный цикл банковских продуктов | 4 |
| 7. | Раздел 2 | Продуктовая линейка банка | 2 |
| 8. | Раздел 2 | Ценообразование банковских продуктов | 4 |
| 9. | Раздел 2 | Стратегии банковского ценообразования | 2 |
| 10. | Раздел 2 | Виды каналов продаж банковских продуктов продаж | 4 |
| 11. | Раздел 2 | Продажа банковских продуктов частным и корпоративным клиентам | 2 |
| 12. | Раздел 2 | Электронные каналы продаж | 4 |
| 13. | Раздел 2 | Реклама банковских услуг и связь с общественностью | 4 |
| 14. | Раздел 2 | Роль бренда в продвижении банковских продуктов | 2 |
| 15. | Раздел 2 | Персонал банковского маркетинга | 4 |
| 16. | Раздел 2 | Среда банковского маркетинга | 4 |
| 17. | Раздел 2 | Стратегия банковского маркетинга | 2 |
| 18. | Раздел 3 | Основные направления и объекты для исследования в банковской сфере | 4 |

| | | | |
|--------------|-----------------|---|-----------|
| 19. | Раздел 3 | Методы маркетинговых исследований | 4 |
| 20. | Раздел 3 | Сегментация рынка | 2 |
| 21. | Раздел 3 | Целевые рынки и целевые стратегии | 4 |
| 22. | Раздел 3 | Позиционирование рыночного предложения | 4 |
| 23. | Раздел 3 | Методы оценки конкурентных преимуществ банковских продуктов и услуг | 4 |
| 24. | Раздел 3 | Разработка новых видов конкурентных банковских продуктов | 4 |
| 25. | Раздел 3 | Аудит и внутренний контроль маркетинговой деятельности | 2 |
| 26. | Раздел 3 | Использование ключевых показателей эффективности в маркетинговой деятельности | 4 |
| Итого | | | 94 |

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ): учебным планом выполнение курсовых проектов (работ) не предусмотрено.

6. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Маркетинг в коммерческом банке» используются следующие *методы обучения и формы организации занятий*:

- лекции;
- семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- расчетно-аналитические задания;
- тестирование;
- контрольные работы;
- обсуждение подготовленных обучающимися рефератов;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа обучающихся, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям, выполнение указанных работ.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемых тем, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим и интерактивным занятиям.

Основной целью практических и интерактивных занятий является контроль степени усвоения пройденного материала, хода выполнения обучающимися самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, излагаются обучающимися в форме реферативных обзоров с последующей их оценкой преподавателем и кратким изложением на практическом занятии или заслушиваются на практических занятиях в виде сообщений (10-15 минут) с обсуждением их обучающимися группы. На практических занятиях разбирается методика решения типовых задач.

В процессе обучения должны сочетаться как активные, так и **интерактивные формы проведения занятий** (компьютерные симуляции, деловые игры, разбор ситуаций,

мастер-классы). Рекомендуются инновационные компьютерные технологии: интернет-ресурсы (сайты образовательных учреждений, ведомств, журналов, информационно-справочные системы, электронные учебники), которые ввиду их глобального распространения становятся на сегодняшний день обязательной компонентой образования.

При проведении занятий в аудитории используется **интерактивное оборудование** (компьютер, мультимедийный проектор, интерактивный экран), что позволяет значительно активизировать процесс обучения. Это обеспечивается следующими предоставляемыми возможностями: отображением содержимого рабочего стола операционной системы компьютера на активном экране, имеющем размеры классной доски, имеющимися средствами мультимедиа; средствами дистанционного управления компьютером с помощью электронного карандаша и планшета.

- 7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся** не предусмотрены

7.3 Задания для итоговой аттестации (вопросы к зачету)

Вопросы к зачету по дисциплине «Маркетинг в коммерческом банке»

1. Банковский маркетинг в современных условиях
2. Сущность и специфика банковского маркетинга
3. Основное содержание маркетинговой деятельности в банке
4. Система маркетинговой информации коммерческого банка
5. Стратегические решения в банковском маркетинге
6. Жизненный цикл банковских продуктов
7. Продуктовая линейка банка
8. Ценообразование банковских продуктов
9. Стратегии банковского ценообразования
10. Виды каналов продаж банковских продуктов
11. Продажа банковских продуктов частным и корпоративным клиентам
12. Электронные каналы продаж
13. Реклама банковских услуг и связь с общественностью
14. Роль бренда в продвижении банковских продуктов
15. Персонал банковского маркетинга
16. Среда банковского маркетинга
17. Стратегия банковского маркетинга
18. Основные направления и объекты для исследования в банковской сфере
19. Методы маркетинговых исследований
20. Сегментация рынка
21. Целевые рынки и целевые стратегии
22. Позиционирование рыночного предложения
23. Методы оценки конкурентных преимуществ банковских продуктов и услуг
24. Разработка новых видов конкурентных банковских продуктов

25. Аудит и внутренний контроль маркетинговой деятельности
26. Использование ключевых показателей эффективности в маркетинговой деятельности

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Нормативная правовая база:

1. Закон ПМР от 1 декабря 1993 года (СЗМР 93-2) «О банках и банковской деятельности в Приднестровской Молдавской Республике» (с дополнениями)
2. Закон ПМР текущая редакция по состоянию на 01.09.2017 года «О рекламе».
3. Проект закона ПМР от 4 ноября 2016 года № 460рп «О защите конкуренции».
4. Закон ПМР текущая редакция по состоянию на 31.03.2016 года «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
5. Закон ПМР от 6 июня 1995 года «О валютном регулировании и валютном контроле» (с изменениями)
6. Закон ПМР от 28 ноября 1995 года (СЗМР 95-4) «О векселях»
7. Закон ПМР от 7 мая 2007 года № 212-3-IV «О Центральном банке Приднестровской Молдавской Республики» (с изменениями)
8. Положение ПРБ от 25 апреля 2007 года № 72-П «О порядке эмиссии банковских карт и об операциях, совершаемых с использованием платежных карт» (с изменениями)
9. Положение ПРБ от 7 августа 2007 года № 79-П «О правилах обмена электронными документами между ПРБ, банками ПМР (филиалами) при осуществлении расчетов через систему электронных платежей ПРБ» (с изменениями и дополнениями)
10. Инструкция ПРБ от 9 ноября 2007 года № 22-И «О порядке регулирования деятельности кредитных организаций» (с изменениями)
11. Положение ПРБ от 24 декабря 2009 года № 93-П «О порядке осуществления электронных расчетов клиентами Приднестровского республиканского банка» (с изменениями и дополнениями)
12. Положение ПРБ от 11 февраля 2010 года № 94-П «О порядке предоставления Приднестровским республиканским банком кредитов кредитным организациям Приднестровской Молдавской Республики» (с изменениями и дополнениями)
13. Положение ПРБ от 17 января 2012 года № 108-П «О порядке ведения кассовых операций в Приднестровской Молдавской Республике» (с изменением)
14. Положение ПРБ от 11 апреля 2012 года № 109-П «О правилах организации наличного денежного обращения на территории Приднестровской Молдавской Республики»
15. Инструкция ПРБ от 12 ноября 2002 года № 9-И «О безналичных расчетах в Приднестровской Молдавской Республике»
16. Инструкция ПРБ от 6 апреля 2004 года № 12-И «О регистрации банков, кредитных организаций и лицензировании банковской деятельности» (с изменением)
17. Инструкция ПРБ от 8 августа 2006 года № 17-И «О порядке открытия, ведения, переоформления и закрытия счетов в банках Приднестровской Молдавской Республики» (с изменениями и дополнениями)

18. Инструкция ПРБ от 26 марта 2008 года № 24-И «О порядке представления отчетности для составления платежного баланса Приднестровской Молдавской Республики» (с изменениями и дополнениями)
19. План счетов бухгалтерского учета в банках и кредитных организациях Приднестровской Молдавской Республики от 31 января 2002 года (с изменениями и дополнениями)

8.2. Основная литература:

1. Гросул Н.С., Жукова Е.С., Толмачева И.В. «Маркетинг в коммерческом банке», учебное пособие, Издательство ПГУ, 2018г.
2. Ровенский Ю.А., Наточеева Н.Н. Банковский маркетинг: учебник/Москва, 2017, 272с.

8.3 Дополнительная литература:

3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. 11-е изд. СПб.: Питер, 2015.
С.326. https://nataliaakulova.ru/wpcontent/uploads/2015/02/01/Filipp_Kotler_Kevin_Keller_Marketing_menedzhmen.pdf
4. Гурьянов С.А. Маркетинг банковских услуг / под общ.ред. В.В. Томилова// Энциклопедия маркетинга marketing.spb.ru. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m15/6.htm>.
5. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг. 2-е изд. М.: Дашков и К° 2013. 552с. <https://studfiles.net/preview/1099015/>
6. Мхитарян С.В. отраслевой маркетинг. М.: Эксмо, 2012. С.302
<http://uchebnik.online/marketinga-osnovyi/otraslevoy-marketing-mhitaryan.html>
7. Исаев Р.А. Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг. М.: ИНФА-М, 2011. 400с.
https://coollib.net/b.usr/Bankovskiy_menedzhment_i_biznes-inzhiniring_2-e_izdanie

8.4. Периодическая литература, журналы:

1. Журнал «Деньги и кредит»
2. Журнал «Банковское кредитование»
3. Журнал «Финансы и кредит»
4. Журнал «Банковское дело»
5. Журнал «Бизнес и банки»
6. Журнал «Экономические науки»
7. Журнал «Экономика Приднестровья»
8. Вестник Приднестровского Республиканского банка
- 9.

8.5. Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Приднестровского Республиканского банка <https://www.cbpmr.net/>
2. Официальный сайт ЗАО «Приднестровский Сбербанк» <https://online.prisbank.com/>
3. Официальный сайт ОАО «Эксимбанк» <http://bankexim.com/>
4. Официальный сайт ЗАО «Агропромбанк» <https://www.agroprombank.com/>

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

- аудитория 216, корпус 11 (компьютеры, проектор, интерактивная доска);
- при проведении лекционных занятий преподавателем и презентации студентами подготовленных рефератов и докладов может использоваться компьютер, ноутбук и мультимедийный проектор;

- в ходе работы на семинарах используется раздаточный материал.

Кроме того, для материально-технического обеспечения дисциплины необходимы следующие средства:

- методический кабинет с оборудованным (с компьютеризованными рабочими местами) читальным залом гуманитарной и социально-экономической литературы;
- компьютерный класс с необходимым программным обеспечением для решения задач, интернет-доступ к требуемым ресурсам для научного исследования студентов по экономическим дисциплинам;
- копировально-множительная техника (для распечатки и ксерокса карточек с заданиями, раздаточных материалов, заданий для контрольных работ и др.);
- компьютерные мультимедийные проекторы в аудиториях, где проводятся лекционные занятия, и другую технику для презентаций учебного материала.

6. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг в коммерческом банке» включает в себя проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом. На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие обучающимся информацию, соответствующую программе. При изложении лекционного материала преподавателю рекомендуется использовать презентации в программе PowerPoint, электронный планшет, фрагменты видеоматериалов по теме лекции.

Закрепление полученных теоретических знаний и развитие у обучающихся навыков к применению теоретических положений к решению практических проблем осуществляется на практических занятиях, которые предполагают использование традиционных (обсуждение докладов, проведение миниконференций) и интерактивных форм (организация научных дискуссий и «круглых столов», решение ситуационных задач, проведение ролевых и деловых игр). Форма проведения практических занятий выбирается преподавателем.

Значительный объем учебной нагрузки студента приходится на самостоятельную работу, которая заключается в подготовке к практическим занятиям и освоении теоретического материала, выходящего за пределы лекций. Итогом правильной организации самостоятельной работы студента является получение эффективного результата. В процессе подготовки к семинарским занятиям, контрольной работе, к экзамену студент должен уделить достаточно времени работе с источниками и литературой. При необходимости во время индивидуальных консультаций студент может получить квалифицированную помощь преподавателя по организации самостоятельной работы. Обучающийся должен опираться на экономико-математический инструментарий, структурно-логические связи и другие методы научного исследования.

В учебном процессе используются как классические учебники, так и новейшая отечественная и зарубежная учебная и научная литература. В библиотеке ПГУ им. Т.Г. Шевченко имеются необходимые учебники и научные источники, а также журналы, материалы которых могут использоваться студентами при подготовке к семинарским занятиям.

11. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ¹

¹ Модульно-рейтинговая система не введена

Курс 4 (з/о) группы: ЭФ20ДР62 ФК1 ,8семестр

Ст. преподаватель – лектор Гросул Н.С.

Преподаватель, ведущий практические занятия: Гросул Н.С.

Кафедра «Финансы и кредит»

Весовой коэффициент дисциплины в совокупной рейтинговой оценке, рассчитываемой по всем дисциплинам (если введена модульно-рейтинговая система)

| Наименование дисциплины / курса | Уровень/ступень образования(бакалавриат, специалитет, магистратура) | Статус дисциплины в рабочем учебном плане (А, Б, В, Г) | Количество зачетных единиц / кредитов | |
|--|---|--|---------------------------------------|--------------------------------|
| Смежные дисциплины по учебному плану (перечислить) | | | | |
| ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ (входной рейтинг-контроль, проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам) | | | | |
| Тема, задание или мероприятие входного контроля | Виды текущей аттестации | Аудиторная или внеаудиторная | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
| | | | - | - |
| БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине) | | | | |
| Тема, задание или мероприятие текущего контроля | Виды текущей аттестации | Аудиторная или внеаудиторная | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
| | | | | |
| | | | | |
| ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ | | | | |
| Тема, задание или мероприятие дополнительного контроля | Виды текущей аттестации | Аудиторная или внеаудиторная | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
| | | | - | - |
| Итого максимум: | | | | |

Необходимый минимум для получения итоговой оценки или допуска к промежуточной аттестации ____ баллов (если введена модульно-рейтинговая система).

Дополнительные требования для студентов, отсутствующих на занятиях по уважительной причине:

- устное собеседование с преподавателем по проблемам пропущенных практических занятий;
- обязательное выполнение внеаудиторных контрольных и письменных работ.

Составитель _____ Гросул Н.С., ст. преподаватель/

Зав. кафедрой финансов и кредита  Сафронов Ю.М. к.э.н., доцент/
(обслуживающей дисциплину)

Утверждено на заседании кафедры протокол №1 от 05.09.2023г.