

**Образовательная автономная некоммерческая организация
высшего образования**

«Международный славянский институт»

129085, г. Москва, ул. Годовикова, д. 9, стр. 25, тел./факс 602-46-76,

e-mail: info@slavinst.ru

Кафедра Экономики и организации предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ:

Решением Ученого Совета МСИ

Протокол № 1

«28» августа 2020 г.



Ректор МСИ, к.э.н., профессор
Т.Е. Никитина

«28» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:

Маркетинг на финансовом рынке

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

*утверждено приказом Минобрнауки России от 18 ноября 2013 года № 1245
ФГОС ВО утвержден приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. N 7*

Профиль (специализация) подготовки

Производственный менеджмент

(указывается наименование профиля или специализации подготовки)

Квалификация (степень)

БАКАЛАВР

(указывается бакалавр / магистр / специалист)

Форма обучения: Очная

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.11.01

Трудоемкость дисциплины: 72

Форма итогового контроля: Зачет

Москва, 2020 г.

Содержание

1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины «Маркетинг на финансовом рынке»	3
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место учебной дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» в структуре ОП ВО	5
4. Объем дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;	5
5. Содержание дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)	5
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке»	15
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке».	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке».	26
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке». Приводятся допустимые ссылки на интернет-ресурсы.	27
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке» ...	28
11. Приложения	29
11.1. Методические рекомендации по применению активных и интерактивных форм обучения	29
11.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	32
11.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	35
11.4. Особенности организации образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	35
11.5. Практикум	36
11.6. Тестовые задания для самоконтроля знаний студентов по дисциплине «Маркетинг на финансовом рынке»	47

1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины «Маркетинг на финансовом рынке»

Цели:

- обучение и развитие знаний и навыков в области предлагаемой дисциплины согласно современным тенденциям развития рыночной экономики;
- сформировать навыки использования современных технологий в маркетинге; ознакомить с процессами маркетинговых исследований, видами, источниками и методами сбора маркетинговой информации;
- развить умение использовать принципы, закономерности и механизмы маркетинга в процессе управления маркетинговой деятельности организации, обеспечивающих эффективное создание и продвижение на финансовом рынке и достижение поставленных целей.

Задачи:

- исследование рынка, то есть определение потенциальных клиентов, где и как они совершают покупки или заказывают оборудование или предоставление услуг, какие сознательные и подсознательные мотивы влияют на их решения по приобретению или заказу товара;
- прогнозирование рынка, то есть исследование тенденций его развития и предвидения будущих потребностей заказчиков и покупателей;
- планирование ассортимента продукции, выпускаемой фирмой, т.е. определение, какие продукты следует производить фирме, каким способами, в каких количествах и по какой цене их реализовывать, чтобы повлиять на положительное решение потенциального клиента;
- планирование товародвижения, то есть определение наиболее подходящих каналов и маршрутов поставок товаров производителем потребителю;
- стимулирование сбыта: планирование оптимальных средств установления контактов с потенциальными потребителями и воздействия на их решение о покупке;
- организация сбыта: организация и контроль процессов стимулирования сбыта, распределения товаров, фактической их продажи и послепродажного обслуживания;
- формирование теоретических и практических навыков при работе на финансовом рынке;
- управление системой формирования спроса и стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта, рекламы;
- изучение основных идей и правил управления, планированием и контролем деятельности на финансовом рынке.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке»:

владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В ходе обучения дисциплины студенты готовятся к следующим видам деятельности:

1. аналитическая деятельность
2. научно-исследовательская деятельность
3. педагогическая деятельность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- ✓ основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения;
- ✓ происходящие в обществе процессы;
- ✓ перспективные направления научных исследований и основные результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по проблемам страхования.

Уметь:

- ✓ применять основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, а так же навыки работы с компьютером как средством управления информацией и соответственно работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- ✓ самостоятельно оценить и критически проанализировать информацию по проблемам маркетинга;
- ✓ выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;
- ✓ использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

Владеть:

- ✓ навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач;
- ✓ современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

- ✓ методикой построения, анализа и применения математических моделей и прогноза развития экономических явлений и процессов.

Приобрести опыт деятельности в рамках своей компетенции.

3. Место учебной дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» в структуре ОП ВО

Данная дисциплина (модуль) относится к вариативной части Б1.В.ДВ.11.01 и изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения гуманитарных, социальных, математических и естественнонаучных дисциплин, изучающих разнообразные аспекты управления организацией. Особое значение имеет освоение студентами таких дисциплин, как основы банковского дела, общего маркетинга, теории статистики и математики, финансы и др.

4. Объем дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;

Таблица 1. Выписка из учебного плана

№ п/п	Семестр	Трудоемкость		Лекционные занятия (час.)	Лабораторные занятия (час.)	Практические занятия (час.)	КСР (час.)	СРС (час.)	Контроль	Форма контроля
		зач. ед.	час							
очная	6	2	72	22	-	26	-	24	-	зачет
заочная	8	2	72	6	-	6	-	56	4	зачет

5. Содержание дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке» (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы (лекции, семинары, практические занятия, консультации, лабораторные работы, самостоятельная работа студентов), виды занятий и их содержание.

Структура и содержание дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке»:

Тема: Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга

Современные коммерческие банки. Характеристика современной кредитной системы России. Структура кредитно-банковской системы. Специфика банковского маркетинга

Тема: Процесс маркетингового управления в коммерческом банке

Содержание понятий ликвидности, платежеспособности. Оценка потенциальных возможностей банка. Эффективность деятельности коммерческого банка.

Тема: Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом банке

Общие концепции планирования маркетинга. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. Конкретизация и оценка маркетинговых стратегий. Разработка программ в области маркетинговой деятельности. Организация планирования маркетинга. Виды и направления планирования деятельности коммерческого банка. Функции банковского маркетинга и организационная структура.

Тема: Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка

Продуктовая линейка банка. Формирование аналитических показателей для определения слабых и сильных мест в продуктовой линейке банка. Стратегии продаж финансовой организации. Центр розничных продаж. Использование CRM-системы и сегментирование клиентской базы. Сбытовая политика банка.

Тема: Особенности политики ценообразования банка

Роли и задачи ценовой политики в системе банковского маркетинга.

Тема: Формирование коммуникативной политики банка

Коммуникационная политика банка. Коммуникативная политика на рынке банковских услуг. Коммуникативный процесс и маркетинговые решения в банковских структурах

Тема: Организационные структуры управления банком

Общее понятие организационной структуры управления (ОСУ) банка и ее базовые элементы. Принципиальные подходы к организации управления. Модель осу по группам клиентов. Дивизиональная модель осу. Организационное устройство коммерческого банка. Структура и органы управления банка

Тема: Тенденции развития финансового рынка

Статьи, форумы на тему тенденции развития финансового рынка

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Таблица 2. Тематический план дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Раздел дисциплины (темы)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	Контроль (в часах)
				Лек	Лаб	Пр	КСР	СРС		
1	Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга	6	23	2	-	2	-	2	-	-
2	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке	6	24	2	-	3	-	2	-	-
3	Планирование маркетинговой деятельности	6	26	2	-	3	-	2	-	-
4	в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке	6	28	2	-	3	-	3	-	-
5	Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка	6	30	2	-	3	-	3	-	-
6	Особенности политики ценообразования банка	6	32	3	-	3	-	3	-	-
7	Формирование коммуникативной политики банка	6	34	3	-	3	-	3	-	-
8	Организационные структуры управления банком	6	36	3	-	3	-	3	-	-
9	Тенденции развития финансового рынка	6	38	3	-	3	-	3	Зачет	-
	Итого:	72		22	0	26	0	24		0

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Раздел дисциплины (темы)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	Контроль (в часах)
				Лек	Лаб	Пр	КСР	СРС		
1	Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга	8	41	0,5	-	0,5	-	6	-	-
2	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке	8	41	0,5	-	0,5	-	6	-	-
3	Планирование маркетинговой деятельности	8	42	0,5	-	0,5	-	6	-	-
4	в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке	8	42	0,5	-	0,5	-	6	-	-
5	Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка	8	42	0,5	-	0,5	-	6	-	-
6	Особенности политики ценообразования банка	8	43	0,5	-	0,5	-	6	-	-
7	Формирование коммуникативной политики банка	8	43	1	-	1	-	6	-	-
8	Организационные структуры управления банком	8	44	1	-	1	-	7	-	-
9	Тенденции развития финансового рынка	8	44	1	-	1	-	7	Зачет	4
	Итого:	72		6	0	6	0	56		4

Виды занятий и их содержание:

- Лекционные занятия (теория, просмотр презентаций, обсуждения, дискуссии);
- Семинары (тесты, индивидуальные и групповые письменные работы, доклады);
- Лабораторные занятия (практическая отработка для полноценного и всеобъемлющего усвоения материала);

Темы практических/семинарских занятий

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Практическое занятие к теме 1. Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга

1. Какова природа и причины появления первых банков и банковских услуг?
2. Перечислите типы банковских систем и их характеристики. К какому типу относится банковская система России?
3. Дайте характеристику процесса концентрации на финансовом рынке.
4. Опишите структуру современной кредитной системы России.
5. Каковы функции Центрального банка РФ?
6. Перечислите известные классификации банков.
7. Назовите отличительные признаки финансово-кредитных учреждений банковского типа.
8. Опишите структуру регионального банковского рынка
9. Перечислите причины возросшей конкуренции на рынке финансовых услуг?
10. Каковы предпосылки (причины) возникновения банковского маркетинга?
11. В чем заключается специфика банковского маркетинга?
12. Уточните структуру банковского продукта.
13. Перечислите специфические характеристики, присущие банковскому продукту.
14. Каковы цели, задачи и функции банковского маркетинга?
15. Перечислите элементы комплекса маркетинга коммерческого банка и раскройте их содержание.
16. Какие рыночные показатели характеризуют концентрацию капитала на рынке банковских услуг?
17. Как рассчитывается индекс рыночной концентрации Герфинделя – Гиршмана (НИ)?
18. Как рассчитывается коэффициент концентрации GR или CR (Concentration Ratio)?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Практическое занятие к теме 2. Процесс маркетингового управления в коммерческом банке

Цель проведения занятия с применением интерактивных форм обучения изучить процесс маркетингового управления в коммерческом банке.

Примечание 1: Занятие проводится в форме метода кейс-стадии - обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. При данном методе обучения студент (группа студентов) самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его.

Примечание 2: При проведении семинарского занятия в интерактивной форме предлагается использование принципа интерактивного обучения: «**взаимодействие и сотрудничество**», предполагающий обязательную организацию совместной деятельности студентов, которая, в свою очередь, означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад; в ходе работы идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности.

Вопросы для изучения:

1. Что понимается под ликвидностью и платежеспособностью коммерческого банка?
2. Перечислите этапы маркетингового управления в коммерческом банке.
3. Как оценить потенциальные возможности банка?
4. В чем суть анализа маркетинговых возможностей?
5. Раскройте содержание функционального анализа?
6. Раскройте содержание структурного анализа?
7. Раскройте содержание операционного анализа?

Примечание 3: По итогам рассмотрения каждого из обозначенных вопросов, предполагается обязательная презентация результатов деятельности студентов – индивидуальных и групповых в форме «**представления совместно-индивидуального варианта реализации решения**», предусматривающую итог своей деятельности: решения обсуждаются, из них выбираются лучшие.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Практическое занятие к теме 3. Планирование маркетинговой деятельности

в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке

1. Опишите процесс стратегического планирования в коммерческом банке.
2. Опишите внешние факторы, влияющие на деятельность коммерческого банка в России.
3. Охарактеризуйте внутренние факторы, влияющие на перспективы развития коммерческого банка. В России.
4. Как составляется заявление об образе, формулируются ценности и миссия?
5. Приведите пример миссии банков Приморского края.
6. В чем суть ситуационного анализа?

7. Перечислите базовые стратегии развития коммерческого банка и раскройте их содержание.
8. Перечислите стратегии роста коммерческого банка и раскройте их содержание.
9. Какие стратегии позиционирования существуют?
10. Что такое разрыв рыночного сегмента?
11. Как формируются стратегические цели?
12. Какие требования предъявляются к стратегическому плану?
13. Что такое оперативный план маркетинга?
14. Какие разделы включает маркетинговая программа?
15. Как разрабатывается бюджет маркетинга?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Практическое занятие к теме 4. Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка

1. В чем отличия продуктовой линейки и реестра услуг коммерческого банка?
2. Какой признак (критерий) используется на первом уровне многомерной классификации при формировании продуктовой линейки банка?
3. Какой признак (критерий) используется на втором уровне многомерной классификации при формировании продуктовой линейки банка?
4. Перечислите аналитические показатели для определения слабых и сильных мест в продуктовой линейке банка.
5. Кого следует привлекать для оценки качества клиентского обслуживания?
6. Перечислите пять основных стратегий продаж коммерческих банков.
7. Какое влияние оказывает стратегия продаж на продуктовую линейку банка?
8. Опишите структуру сбалансированной клиентской базы.
9. Для чего создается центр розничных продаж? Опишите составляющие этого подразделения.
10. Укажите основные критерии дифференциации клиентской базы по размеру бизнеса
11. Какие основные типы систем доставки вы знаете?
12. Какие формы дистанционного банковского обслуживания существуют?
13. Перечислите основные разделы программы доставки и опишите их содержание.
14. Перечислите факторы, влияющие на возможности сбыта банковских продуктов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Практическое занятие к теме 5. Особенности политики ценообразования банка

Цель проведения занятия с применением интерактивных форм обучения – научить студентов особенностям ценообразования в банке.

Примечание 1: Занятие проводится в форме метода адаптивного обучения. Заявленная цель семинарского занятия может быть достигнута путем выяснения уровня индивидуальной подготовки студентов, выдачи индивидуальных заданий для каждого студента по базовым темам. Здесь каждый студент, получив определенное ролевое задание (вопрос из плана семинара и практическое задание, обозначенное в практикуме, активно участвует в учебном процессе.

Примечание 2: При проведении семинарского занятия в интерактивной форме предлагается использование принципа интерактивного обучения: «**активность всех обучаемых**», предполагающий построение занятий с учетом включенности в процесс познания всех студентов группы без исключения.

Вопросы, выносимые на рассмотрение:

1. Что является объектом ценообразования коммерческого банка?
2. Опишите процесс разработки ценовой политики банка и раскройте содержание этапов.
3. Как формулируются стратегические и тактические цели ценообразования?
4. Перечислите факторы, влияющие на цены банковских услуг, и подходы к их изучению.
5. Перечислите методы ценообразования на финансовом рынке.
6. Какие существуют направления корректировки цен на рынке банковских продуктов и услуг?

Примечание 3: По итогам рассмотрения каждого из обозначенных вопросов, предполагается обязательная презентация результатов деятельности студентов – индивидуальных и групповых в форме «**представления совместно-индивидуального варианта реализации решения**», предусматривающую итог своей деятельности:

- при рассмотрении теоретических и смоделированных вопросов - решения обсуждаются, из них выбираются лучшие;
- при решении заданных практических задач, обозначенных в практикуме, каждый из студентов отчитывается о проделанной работе индивидуально.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

Практическое занятие к теме 6. Формирование коммуникативной политики банка

1. Смоделируйте структуру комплекса маркетинговых коммуникаций для регионального банка.
2. В чем различия между понятиями «продвижение» и «маркетинговые коммуникации».
3. Раскройте особенности прямого маркетинга (в состав которого вошли личные продажи) для финансово-кредитного учреждения

4. Раскройте специфику рекламных мероприятий банка.
5. Раскройте содержание мероприятий по стимулированию сбыта для банка.
6. Раскройте специфику мероприятий Public Relations для банка.
7. Опишите процесс планирования коммуникативной деятельности финансово-кредитного учреждения.
8. Перечислите основные методы расчета бюджета коммуникативной деятельности.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Практическое занятие к теме 7. Организационные структуры управления банком

Цель проведения занятия- с применением интерактивных форм обучения рассмотреть организационные структуры управления банком

Примечание 1: Занятие проводится в форме **дискуссии** - форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по тематике, предложенной преподавателем.

Примечание 2: При проведении семинарского занятия в интерактивной форме – дискуссии - предлагается использование принципа **«опора на индивидуальный и групповой опыт»**. Это предполагает использование индивидуальной, парной и групповой работы; используются методы проектов; организуется работа с различными источниками информации, в том числе с документами и ресурсами Интернет; предусматривается моделирование жизненных ситуаций; использование ролевых игр, совместное решение проблемы.

Вопросы для изучения:

1. Перечислите основные типы организационных структур управления банком.
2. Перечислите достоинства и недостатки функциональных структур управления.
3. Перечислите достоинства и недостатки дивизионных структур управления.
4. Перечислите достоинства и недостатки адаптивных структур управления.
5. Перечислите основные методы организации маркетинговой службы банка.
6. В каких случаях рекомендуется функциональная организация маркетинговой службы?
7. В каких случаях рекомендуется географическая организация маркетинговой службы?
8. В каких случаях рекомендуется товарная организация маркетинговой службы?

9. В каких случаях рекомендуется рыночная организация маркетинговой службы?
10. В каких случаях рекомендуется товарно-рыночная (матричная) организация маркетинговой службы?

Примечание 3: По итогам рассмотрения каждого из обозначенных вопросов, предполагается обязательная презентация результатов деятельности студентов – индивидуальных и групповых в форме *«совместно-взаимодействующая»*, предусматривающую, что из прозвучавших предложений выбираются определенные аспекты групповых решений, на основании которых затем вырабатывается общий для всего коллектива итог.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Практическое занятие к теме 8. Тенденции развития финансового рынка Деловая игра «Фондовая биржа»

Цель: ознакомление участников с механизмом функционирования фондовой биржи, со спецификой сделок купли-продажи акций, с особенностями посреднической деятельности брокеров, развитие навыков предпринимательской деятельности, коммуникативных умений.

Все участники делятся на 3 группы – продавцы акций, покупатели и посредники – брокеры.

Задача участников – продажа-покупка наибольшего количества акций с максимальной прибылью для себя, используя колебания цен на бирже.

Получив информацию о спросе и предложении акций брокер находит клиентов и заключает сделку. Оговаривая получаемое вознаграждение. Координатор игры ведёт расчёт котировок каждого типа акций в начале и в конце рабочего дня.

1. Дайте характеристику основным процессам, происходящим на финансовом рынке.
2. Перечислите три основных способа горизонтальная интеграция на финансовом рынке России.
3. В каких случаях рекомендуется единый Back Office?
4. В каких случаях рекомендуется единый Front Office?
5. В каких случаях создается управляющая компания?
6. В чем отличия финансовой (банковской) и финансово-промышленной группы?

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке»

Таблица 3

№ п/п	Тема раздела (название работы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Количество часов, отводимых на выполнение заданий (очная/заочная)	Учебно-методическое обеспечение
1.	Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
2.	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке (И)	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
3.	Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
4.	Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
5.	Особенности политики ценообразования банка (И)	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
6.	Формирование коммуникативной политики банка	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4

7.	Организационные структуры управления банком (И)	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4
8.	Тенденции развития финансового рынка (И)	Д, Т, ПР, КР	4-5/7	ОЛ 1,2,3 ДЛ 1-4

Используемые условные обозначения:

- Д – доклад
П – практикум
Т – тест
З – заслушивание на занятиях подготовленных работ;
ОБС – обсуждение на занятиях результатов;
Б – беседа индивидуальная или с группой;
КР – контрольная работа;
ОЛ – основная литература;
ДЛ – дополнительная литература

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке».

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) включает в себя:

- . перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- . описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- . типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- . методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка - по желанию	Наименование оценочного средства
1	Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения.	ПК-18	Тесты, Индив. и

	Специфика банковского маркетинга		групповые письм.работы доклад
2	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке (И)	ПК-18	Тесты, доклад
3	Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке	ПК-18	Тесты, доклад
4	Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка	ПК-18	Тесты, доклад
5	Особенности политики ценообразования банка (И)	ПК-18	Тесты, доклад
6	Формирование коммуникативной политики банка	ПК-18	Тесты, доклад
7	Организационные структуры управления банком (И)	ПК-18	Тесты, доклад
8	Тенденции развития финансового рынка (И)	ПК-18	Тесты, доклад

Типовые контрольные задания или иные материалы

1. Зачет

а) типовые вопросы (задания)

Вопросы к зачету

1. Современные коммерческие банки .
2. Характеристика современной кредитной системы России.
3. Структура кредитно-банковской системы.
4. Специфика банковского маркетинга
5. Содержание понятий ликвидности, платежеспособности.
6. Оценка потенциальных возможностей банка.
7. Эффективность деятельности коммерческого банка.
8. Общие концепции планирования маркетинга.
9. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.
10. Конкретизация и оценка маркетинговых стратегий.
11. Разработка программ в области маркетинговой деятельности.

12. Организация планирования маркетинга.
13. Виды и направления планирования деятельности коммерческого банка.
14. Функции банковского маркетинга и организационная структура.
15. Продуктовая линейка банка.
16. Формирование аналитических показателей для определения слабых и сильных мест в продуктовой линейке банка.
17. Стратегии продаж финансовой организации.
18. Центр розничных продаж.
19. Использование CRM-системы и сегментирование клиентской базы.
20. Сбытовая политика банка.
21. Роли и задачи ценовой политики в системе банковского маркетинга.
22. Коммуникационная политика банка.
23. Коммуникативная политика на рынке банковских услуг.
24. Коммуникативный процесс и маркетинговые решения в банковских структурах
25. Общее понятие организационной структуры управления (ОСУ) банка и ее базовые элементы.
26. Принципиальные подходы к организации управления.
27. Модель ОСУ по группам клиентов.
28. Дивизиональная модель ОСУ.
29. Организационное устройство коммерческого банка.
30. Структура и органы управления банка
31. Тенденции развития финансового рынка

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

Результаты оцениваются по доле правильных ответов на вопросы и задания. Если студент правильно отвечает на все вопросы, он получает 100 баллов, если на половину - 50 баллов и т.д.

2. Реферат

Примерная тематика рефератов

1. Страхование в рыночном экономическом пространстве.
2. Государственное регулирование страхового дела в Российской Федерации.
3. Проблемы развития личного страхования на страховом рынке России.
4. Принципы страховой защиты собственности граждан.
5. Медицинское страхование и проблемы его развития.
6. Страхование ответственности.
7. Страхование финансовых рисков.
8. Страхование экологических рисков.
9. Страхование на случай причинения вреда в процессе хозяйственной и профессиональной деятельности.
10. Страхование биржевых и валютных рисков.
11. Задачи и значение страхового маркетинга.
12. Смешанное страхование жизни.
13. Страхование ответственности промышленных предприятий.

14. Страхование грузов при железнодорожных и морских перевозках.
15. Страхование морских и речных судов.
16. Страхование авиационной и космической техники.
17. Страховой рынок, его содержание и функции.
18. Организационные формы страхового фонда.
19. Конкуренция и сотрудничество страховых компаний.
20. Принципы формирования запасных и резервных фондов страховщика.
21. Перестрахование и проблемы его развития.
22. Экологическое страхование в РФ и зарубежных странах.
23. Современная инвестиционная политика страховых компаний.
24. Страхование профессиональных рисков граждан в России.

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

Основные требования к реферату (докладу). В работе должен быть отражен современный подход к анализируемой проблеме. Необходимо изложить точку зрения различных авторов. Объем реферата должен составлять до 10 страниц. По материалам реферата студент должен подготовить доклад на 5 минут и выступить с ним на семинарском занятии.

Реферат оценивается по 5-балльной шкале. Пять баллов ставится за реферат, в котором полностью раскрыта тема, продемонстрирована степень овладения максимальным количеством компетенций. Четыре балла студент получает за реферат, в котором достаточно полно раскрыта тема, продемонстрированы только компетенции на знание материала. Три балла студент получает за реферат, в котором слабо раскрыта тема, написанный не самостоятельно (студент не смог ответить на вопросы по теме).

3. Курсовая работа

а) типовые задания (вопросы)

ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

по дисциплине «Маркетинг на финансовом рынке»

1. Проблемы и пути совершенствования финансового рынка РФ
2. Проблемы развития маркетинговой деятельности коммерческого банка.
3. Развитие рынка банковских услуг в РФ
4. Проблемы развития фондового рынка РФ
5. Разработка маркетинговой стратегии предприятия на рынке ценных бумаг.
6. Проблемы развития маркетинга в страховых компаниях.
7. Организация маркетинга в страховой компании.
8. Оценка маркетинговой среды рынка финансовых услуг.
9. Планирование маркетинговой деятельности в банке.
10. Разработка стратегии (программы) маркетинга финансово-кредитной организации.
11. Особенности исследования потребителей на рынке финансовых услуг.
12. Выбор и финансовая оценка целевых сегментов на рынке финансовых услуг.
13. Формирование продуктового ряда финансовых услуг.
14. Ассортиментная политика финансово-кредитного учреждения.

15. Оптимизация портфеля услуг финансово-кредитного учреждения.
16. Разработка и оценка новой финансовой услуги.
17. Разработка ценовой стратегии финансово-кредитного учреждения.
18. Анализ рынка финансовых услуг.
19. Анализ конкурентоспособности финансово-кредитного учреждения.
20. Анализ конкурентоспособности услуг финансово-кредитного учреждения.
21. Анализ коммуникационной стратегии финансово-кредитного учреждения.
22. Оценка эффективности рекламной деятельности финансово-кредитного учреждения.
23. Оптимизация рекламного бюджета финансово-кредитного учреждения.
24. Организация связей с общественностью финансово-кредитного учреждения.
25. Стимулирование сбыта услуг финансово-кредитного учреждения.
26. Совершенствование методов снижения рисков на рынке финансовых услуг.
27. Разработка стратегии снижения кредитного риска финансово-кредитного учреждения.
28. Экономический анализ страховых операций.
29. Финансовые результаты деятельности страховщика.
30. Страховой рынок в Российской Федерации.
31. Развитие страхового дела в России (др. Страна по выбору).
32. Страхование - как историческая категория.
33. Страховые монополии в экономике России, США.
34. Разработка комплекса маркетинга для товара, находящегося в состоянии отсутствия спроса.
35. Финансовый маркетинг и разработка ценовой стратегии предприятия.
36. Разработка плана маркетинга предприятия, реализующего концепцию социально-этичного маркетинга.
37. Разработка маркетинговых стратегий организации.
38. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии интенсивного роста.
39. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии интегрированного роста.
40. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии диверсифицированного роста.
41. Анализ рыночных возможностей продукта.
42. Анализ маркетинговой среды предприятия.
43. Отбор целевых рынков организации.
44. Сегментирование в рамках маркетинговой деятельности организации.
45. Разработка программы позиционирования продукта/организации.
46. Разработка программы маркетингового исследования для решения конкретной проблемы организации.
47. Маркетинговые исследования потребительских рынков.
48. Маркетинговые исследования лизинговых услуг.
49. Проектирование процесса становления на рынке нового продукта.

50. Разработка марочной стратегии организации.

Требования, предъявляемые к курсовой работе:

Курсовая работа может быть допущена к защите, если она отвечает требованиям, предъявляемым к курсовым работам. Основные требования заключаются в следующем:

Для защиты студент готовит небольшое устное выступление на 5-7 минут. В нем не требуется пересказывать содержание всей работы, а необходимо кратко обосновать выбор темы, показать основные задачи, которые ставились в работе, пути их решения и полученные выводы.

Критерии оценки курсовой работы

№ п/п	Критерии оценки курсовой работы	Оценки			
		отлично	хорошо	удовлетворительно	возврат на переделку
1	2	3	4	5	6
1	Полнота раскрытия темы	Раскрыта полностью	Раскрыта в основном	Раскрыта недостаточно	Не раскрыта
2	Использование последних достижений экономической науки и практики	Полно используются	Используются	Частично используются	Не используются
3	Имеется собственная точка зрения студента по основным проблемам темы	Имеется и хорошо аргументирована	Недостаточно аргументирована	Не имеется	Не имеется
4	Логичное и стройное изложение материала в соответствии с планом (введение, основная часть, заключение)	имеется	имеется	Недочеты в изложении	Отсутствует
5	Наличие свежих статистических данных по теме	имеется	имеется	Устаревшая статистика (3-х летней давности)	Нет статистического обоснования экономических процессов
6	Оформление: а) источников в соответствии с ГОСТом; б) работы в соответствии с методическими указаниями	Есть	Есть	Есть	Нет

	кафедры				
7	Наличие ссылок на используемую литературу	есть	есть	есть, но не достаточна	отсутствует
8	Грамотность в написании текста работы	хорошая		достаточная	отсутствует
9	Соблюдение графика выполнения работы (для студентов дневного отделения)	В соответствии с графиком		Невыполнение графика по неуважительной причине	
10	Владение материалом при защите курсовой работы	Абсолютно	Полное (1-2 недочета)	Слабое (более 2-х недочетов)	Не владеет

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при сдаче зачета

Зачет по дисциплине сдается в виде письменных ответов по билетам дисциплины, с последующим устным ответом.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если все ответы на билет и на дополнительные вопросы студентом сданы без ошибок;

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если студент не отвечает на 1 вопрос из билета и на 1 дополнительный вопрос по билету;

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не отвечает на 2 вопроса из билет и на 2 дополнительных вопроса по билету;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не ответил ни на один вопрос из билета.

В билет входят 2 теоретических вопроса и 1 задача. Студент на зачете вытаскивает билет, отвечает письменно или устно преподавателю на билет и дополнительные вопросы. Оценка за зачет выставляется в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Все листы с ответами сдаются преподавателю после завершения зачета. Преподаватель сдает все в деканат декану факультету.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА НА ЗАЧЕТЕ ПРИ 100-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

Характеристика ответа	Оценка ECTS	Баллы в БРС	Оценка
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умениями выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об	A	100-96	5 (5+)

<p>объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.</p>			
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.</p>	В	95-91	5
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>	С	90-86	4 4 (+)
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные преподавателем.</p>	С	85-81	4
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные</p>	Д	80-76	4 4 (-)

ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.			
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	Е	75-71	3 3 (+)
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	Е	70-66	3
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	Е	65-61	3 3 (-)
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и	F _x	60-41	2

уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.			
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	F	40-0	2

Итоговая оценка по дисциплине в семестре за зачет.

Оценка по 5-балльной системе	Оценка по 100-балльной системе
5.0 превосходно	96-100
5.0 отлично	91-95
4.0 хорошо	81-90
4.0 Хорошо с недочетами	76-80
3.0 удовлетворительно	61-75
2.0 неудовлетворительно	41-60
Неудовлетворительно 2.0 (необходимо повторное изучение)	0-40

Перевод среднего балла в 100-балльную систему

Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе	Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе	Средний балл по 5-балльной системе	Балл по 100-балльной системе
5.0	100	4.0	81-82	2,9	57-60
4.9	98-99	3.9	80	2,8	53-56
4.8	96-97	3.8	79	2,7	49-52
4.7	94-95	3.7	78	2,6	45-48
4.6	92-93	3.6	77	2,5	41-44
4.5	91	3.5	76	2,4	36-40
4.4	89-90	3.4	73-74-75	2,3	31-35
4.3	87-88	3.3	70-71-72	2,2	21-30
4.2	85-86	3.2	67-68-69	2,1	11-20
4.1	83-84	3.1	64-65-66	2,0	0-10
		3.0	61-62-63		

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке».

Основная литература:

1. К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина. Маркетинг на финансовом рынке (учебное пособие). М.:ИНФРА-М, 2013г.
2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент, - СПб: Питер, 14-е издание 2014г.
3. Смирнов К.А. Основы банковского дела – М.: Изд. Дом «Граница», 2011г.
4. Смирнов К.А. Маркетинг на финансовом рынке. М., «Инфра - М», учебное пособие, 2012г.
5. Никитина Т.Е., Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях. М.: ИНФРА-М, 2012г.
6. Ким С. А. Маркетинг: Учебник / С. А. Ким. — М.: «Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013г.
7. Никитина Т. Е. Микс-маркетинг: Монография – М.: «Экономика и финансы», 2010г.
8. История русской экономической мысли в XX веке / Под науч. ред. проф., д-ра экон. наук К. А. Смирнова: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2013г. (Научная мысль). – DOI 10/12737/850 (www.doi.org).
9. Богалдин-Малых В. В.Современный маркетинг в российском бизнесе. Тактика «черного ящика» в рискованной неопределенности. Предпринимательские функциональные операционные стратегии: Учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2010г. – (Серия «Библиотека менеджера»).
10. Современные тенденции развития маркетинга на финансовых рынках / Карпова С.В., 2015г.
11. Финансовый маркетинг: теория и практика / Стыцук Р.Ю., Карпова С.В., Артемьева О.А., Козлова Н.П., Мирошникова Т.А., Перцовский Н.И., Фирсова И.А., Фирсов Ю.И., 2013г.
12. Маркетинг на рынке банковских услуг, Архитектура-С, ч.1, ч.2, 2004г.
13. Маркетинг Анн Багиев Х.Г.Л., Питер, 2005г.
14. Маркетинг Басовский Л.Е., Инфра-М, 2002г.
15. Маркетинг под ред. Н.Д. Эриашвили, Юристь, 2003г.
16. Маркетинг под ред. Э.А. Уткина, Питер, 2003г.
17. Маркетинг Ноздрева Р.Б., Крылова Г.Д., Экономистъ, 2003г.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг. Учебник и практикум. Л. Данченко, С. Ласковец, С. Мхитарян, П. Невоструев, Н. Корягин, М. Маркова, И. Иванова, М. Макарова-ЮРАЙТ, 2015г.

2. Ибрагимов, Ленар Алексеевич. И15 Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, «Маркетинг» / Л.А. Ибрагимов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012г.
3. Годин А. М. Маркетинг : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. — 11-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014г.
4. Щегорцов В.А., Таран В.А. Маркетинг: Учебник для вузов/Под ред. В.А. Щегорцова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012г.
5. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000) / [М.Э. Сейфуллаев и др.]; под ред. М.Э. Сейфуллаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012г. — (Серия «Профессиональный учебник: Маркетинг»)
6. Николаева Т.П. БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ: Учебно-методический комплекс – М.: Изд. Центр ЕАОИ. 2023г.
7. Теплякова, Н. А. Банковский маркетинг : ответы на экзаменац. вопр. / Н. А. Теплякова. – Минск : ТетраСистемс, 2010г.
8. Данько Т.П. Управление маркетингом-ЮРАЙТ, 2015г.
9. Банковский маркетинг: особенности конкуренции и продвижения банковских продуктов на рынке финансовых услуг (материалы студенческого научно-практического круглого стола), 2016г.
10. Основы маркетинга: учебное пособие Морозов Ю.В. -«Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013г.

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг на финансовом рынке». Приводятся допустимые ссылки на интернет-ресурсы.

Интернет-еженедельник CONSULTING.RU

<http://www.consulting.ru/>

Информационное агентство "РосБизнесКонсалтинг"

<http://www.rbc.ru/>

Центральный Банк России

<http://www.cbr.ru>

Министерство финансов РФ

<http://www.minfin.ru>

Правительство РФ

<http://www.government.ru>

<http://www.ach.gov.ru>

<http://www.nalog.ru>

Информационно-издательский центр «Статистика России»

<http://www.infostat.ru/>

Госкомстат РФ

<http://www.gks.ru/>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) «Маркетинг на финансовом рынке»

Ресурсное обеспечение реализации дисциплины формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине полностью соответствует требованиям ФГОС. Факультет и кафедры, ведущие подготовку, оснащены необходимым лабораторным оборудованием и оргтехникой в объеме, достаточном для обеспечения уровня подготовки в соответствии с ФГОС. Все оборудование и помещения находятся в собственности Института (свидетельство о государственной регистрации права от 06.11.2008 г. №77АЖ680825. Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения занятий: 129085, г. Москва, ул. Годовикова, д. 9, стр. 25, кабинеты 316, 317, 318, 321, 322, 322а). Перечень имеющегося оборудования:

- Столы одно-, двух-, и трехместные;
- Стулья;
- Доски меловые;
- Доски магнитно-маркерные;
- Кафедры;
- Переносной компьютер Acer Aspire 5633WLMi;
- LCD проектор Toshiba TLP-XD2000;
- Столик для проектора Projecta Solo 8000;
- Экран на штативе STM-1103 200x200;
- Интерактивная приставка TRIUMPH Portable SLIM USB.

В компьютерных классах (каб. 323, 324), объединенных в локальную сеть и оснащенных обучающими и информационными программами, студенты имеют возможность выхода в Интернет, использования ЭБС, Консультант плюс. Помещения, предназначенные для изучения профессиональных дисциплин, оснащены современным оборудованием и техническими средствами. Перечень имеющегося оборудования:

- Столы двухместные;
- Стулья;
- Доска меловые;

- Кафедра;
- Компьютеры Pentium Core2Duo, объединенные в сеть на базе операционной системы Windows Server;
- Мониторы жидкокристаллические;
- Сканеры;
- Лазерные принтеры;
- Микрофоны;
- Наушники;
- Звуковые колонки.

В библиотеке Института (каб. 301) оборудованы места для работы с ЭБС и сканирования библиотечных ресурсов.

11. Приложения

11.1. Методические рекомендации по применению активных и интерактивных форм обучения

При изучении дисциплины предусматривается использование следующих активных и интерактивных образовательных технологий (учебных форм), предусмотренных в планах семинарских и практических занятий:

Адаптивное обучение – способ организации учебного процесса с учетом индивидуального уровня подготовки обучаемого до начала обучения и/или в процессе обучения.

Деловая игра – метод имитации (подражания, изображения) принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных ситуациях (в учебном процессе – в искусственно созданных ситуациях), осуществляемый по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме. Диалоговые игры применяются в качестве средства активного обучения для освоения процессов принятия решения.

Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике.

Мастер-класс – семинар, который проводит эксперт (известный действующий специалист) в области права, для тех, кто хочет улучшить свои практические достижения в этом предмете.

Метод «инцидента» - метод поиска информации самими слушателями, целью которого является развитие или совершенствование умений слушателей, с одной стороны, принимать решения в условиях недостаточности информации, с другой – рационально собирать и использовать информацию, необходимую для принятия решения.

Метод кейсов – технология, сущность которой состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микропроблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по

разработке решений. Метод анализа конкретных ситуаций прививает практические навыки работы с информацией; учит вычленять, структурировать и ранжировать проблемы.

Метод мозгового штурма – метод генерирования идей, сущностью которого является экстенсивная коллективная выработка максимально возможного количества вариантов решения проблемы с последующим их критическим анализом.

Метод проектов – комплексный метод обучения, результатом которого является создание какого либо продукта или явления. В основе учебных проектов лежат исследовательские методы обучения.

Ролевая игра – модель построения учебного процесса, с целью приобретения практики вариантов различного поведения, поиска наиболее оптимальной тактики и стратегии нахождения решения проблемы. Сюжетно-ролевые игры проводятся по предварительно разработанному сценарию, имеют развернутые инструкции для всех участников игры с описанием содержания их роли. Данный тип игр основывается на более сложном механизме взаимодействия участников игры, что требует большего времени для проведения занятия.

Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности и межличностного профессионального поведения в общении (практические занятия по темам).

Как показывает педагогическая практика теоретические вопросы лучше усваиваются, когда учебная работа проводится в форме дискуссии. Добиваясь от каждого студента добросовестного выполнения в часы самостоятельной работы индивидуального задания преподавателя, таким образом, планируется их подготовка к проведению дискуссии в учебное время. При выборе и формулировании конкретной темы выступления обязательно учитывается обоснованное мнение студента-докладчика, содокладчика. Как правило позиции по одной проблеме, изложенные в ходе дискуссии, полностью не совпадают. На протяжении ряда таких занятий, добиваясь от студентов концентрации внимания, необходимо вырабатывать умение слышать особенности правовой аргументации собеседника, выделять главное в обсуждаемой теме, правильно задавать вопросы, а в итоге - организовать публичный спор (диспут). Его предполагается использовать как одну из самых активных форм работы со студентами в атмосфере свободного, непринужденного высказывания по острым правовым проблемам технического регулирования в торговле.

Подражание, изображение, совместное с преподавателем обсуждение деловых ситуаций и решение задач, создание различного рода юридических документов как активные средства обучения особенно полезны при проведении практических занятий.

В этом направлении предполагается внедрять в педагогическую практику мастер-классы: семинары с участием известных действующих специалистов в указанной области.

Заключительная тема курса обсуждается на последнем семинаре, где студенты, могут дать развернутое изложение каждого из вопросов семинарского занятия по данной теме (доклад). На этом же занятии подводятся общие итоги, что может быть проведено в форме тестирования или коллоквиума. Именно эти формы более всего отвечают выявлению итогового уровня подготовленности как каждого студента, так и группы в целом и зависимости от посещения аудиторных занятий и участия в них.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения

Очная форма – 4 года

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов	% учебного времени
1	2	3	4	5	6
1	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке(И)	СЗ	Кейс-метод	2	100%
2	Особенности политики ценообразования банка (И)	СЗ	Дебаты. Индивидуальные занятия	2	100%
3	Организационные структуры управления банком (И)	СЗ	Дебаты	2	100%
4	Тенденции развития финансового рынка (И)	СЗ	Деловая игра	2	100%
Итого					20%

Заочная форма – 5 лет

№	Тема занятия	Вид учебного занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов	% учебного времени
1	2	3	4	5	6
1	Процесс маркетингового управления в коммерческом банке(И)	СЗ	Кейс-метод	2	100%
2	Организационные структуры управления банком	СЗ	Дебаты	2	100%

	(И)				
3	Тенденции развития финансового рынка (И)	СЗ	Деловая игра	2	100%
Итого					20%

11.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

При реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии:

п/п	Вид занятий	Краткая характеристика
1	Лекция	<p>Лекции построены на основе использования активных форм обучения: - лекция-беседа (преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов),</p> <p>- проблемная лекция (с помощью проблемной лекции обеспечивается достижение трех основных дидактических целей: усвоение студентами теоретических знаний; развитие теоретического мышления; формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего специалиста),</p> <p>-лекция с заранее запланированными ошибками (Эта форма проведения лекции необходима для развития у студентов умений оперативно анализировать профессиональные ситуации, выступать в роли экспертов, оппонентов, рецензентов, вычленять неверную или неточную информацию).</p> <p>На каждой лекции применяется сочетание этих форм обучения в зависимости от подготовленности студентов и вопросов, вынесенных на лекцию.</p> <p>Присутствие на лекции не должно сводиться лишь к автоматической записи изложения предмета преподавателем. Более того, современный насыщенный материал каждой темы не может (по времени) совпадать с записью в тетради из-за разной скорости процессов - мышления и автоматической записи. Каждый студент должен разработать для себя систему ускоренного фиксирования на бумаге материала лекции. Поэтому, лектором рекомендуется формализация записи посредством использования общепринятых логико-математических символов, сокращений, алгебраических (формулы) и геометрических</p>

п/п	Вид занятий	Краткая характеристика
		(графики), системных (схемы, таблицы) фиксации изучаемого материала. Овладение такой методикой, позволяет каждому студенту не только ускорить процесс изучения, но и повысить его качество, поскольку успешное владение указанными приемами требует переработки, осмысления и структуризации материала.
2	Семинарские занятия	<p>Приступая к изучению данного курса, следует особое внимание обратить на подбор учебных изданий по предмету, предполагающих активные формы обучения. В рамках каждой темы в соответствии с рабочей программой предлагается план изучения темы, подкрепленный рядом проблемных вопросов для самостоятельной подготовки и индивидуального ответа.</p> <p>Вопросы составлены таким образом, чтобы акцентировать внимание на отдельных важных аспектах изучаемой проблемы. Выполнение заданий формируют навыки выделения важных моментов в большом объеме нового материала, стимулирует активный поиск полного ответа на сформулированную кратко учебную проблему.</p>
3	Подготовка к зачету	Подготовка к зачету предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий.

Методические указания к практическим и/или семинарским занятиям

Практическое занятие – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков.

Практические занятия по отдельным дисциплинам рекомендуется проводить *в форме семинаров*, что позволяет студентам привить практические навыки самостоятельной работы с научной литературой, получить опыт публичных выступлений.

Семинар - составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углублённому изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривать ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Всё это помогает приобрести навыки и умения, необходимые современному специалисту. Подготовка к семинару зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением).

Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа начинается до прихода студента на лекцию. Целесообразно использование «системы опережающего чтения», т.е. предварительного прочтения

лекционного материала, содержащегося в учебниках и учебных пособиях, закладывающего базу для более глубокого восприятия лекции. Работа над лекционным материалом включает два основных этапа: конспектирование лекций и последующую работу над лекционным материалом. Под конспектированием подразумевают составление конспекта, т.е. краткого письменного изложения содержания чего-либо (устного выступления – речи, лекции, доклада и т.п. или письменного источника – документа, статьи, книги и т.п.).

В процессе организации самостоятельной работы большое значение имеют консультации с преподавателем, в ходе которых можно решить многие проблемы изучаемого курса, уяснить сложные вопросы. Беседа студента и преподавателя может дать многое - это простой прием получения знаний. Самостоятельная работа носит сугубо индивидуальный характер, однако вполне возможно и коллективное осмысление проблем науки.

Методические указания по написанию реферата

Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца).

Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях).

Общая структура работы следующая: титульный лист, оглавление, введение, основная часть работы, заключение список использованной литературы.

При оформлении текста реферата следует учитывать, что открывается работа титульным листом, где указывается полное название учебного заведения, кафедры, название учебного предмета, тема реферата, фамилии автора и преподавателя, место и год написания. На следующей странице, которая нумеруется внизу по правому краю или по центру номером 2, помещается оглавление с точным названием каждой главы и указанием номера начальных страниц.

Общий объем реферата не должен превышать 15-20 страниц для печатного варианта. Поля страницы: левое - 3 см., правое - 1,5 см., нижнее 2 см., верхнее - 2 см. до номера страницы. Текст печатается через 1,5 интервала. Если текст реферата набирается в текстовом редакторе Microsoft Word, рекомендуется использовать шрифты: Times New Roman, размер шрифта - 12 пт, а названия оглавлений- 14 пт. Каждая структурная часть реферата (введение, главная часть, заключение и т.д.) начинается с новой страницы. Расстояние между главой и следующей за ней текстом, а также между главой и параграфом составляет 2 интервала.

После заголовка, располагаемого посередине строки, не ставится точка. Не допускается подчеркивание заголовка и переносы в словах заголовка. Страницы реферата нумеруются в нарастающем порядке. Номера страниц ставятся в правом нижнем углу листа.

Титульный лист реферата включается в общую нумерацию, но номер страницы на нем не проставляется (это не относится к содержанию реферата).

Процедура защиты реферата: Не позднее чем за два дня до защиты реферат представляется студентом на рецензию преподавателю. Защита реферата происходит в течение 10 минут на семинарском занятии или во время дежурства преподавателя на кафедре. Важно, чтобы защищающий реферат мог рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах. Таким образом, совершается отход от механического пересказа реферата к научному обоснованию проблемы, после чего задаются вопросы по представленной проблеме.

<i>Структура доклада</i>	<i>Структура реферата</i>
1. Титульный лист	1. Титульный лист
2. Содержание (план)	2. Содержание (план)
3. Основная часть (необходимо)	3. Введение

<p>рассматривать минимум 3 вопроса)</p> <p>4. Список литературы</p> <p>5. Объем – минимум 10 страниц</p> <p>6. Нумерация страниц – правый нижний угол (ил по центру внизу) страницы.</p> <p>7. Разметка страниц: слева – 3 см, сверху и снизу – 2 см, справа – 1,5 см</p>	<p>4. Основная часть (необходимо рассматривать минимум 3 вопроса)</p> <p>5. Заключение</p> <p>6. Список литературы</p> <p>7. Объем – минимум 20 страниц</p> <p>8. Нумерация страниц – правый нижний угол (ил по центру внизу) страницы</p> <p>8. Разметка страниц: слева – 3 см, сверху и снизу – 2 см, справа – 1,5 см</p>
---	---

Оформление документа

1. Шрифт	Times New Roman
2. Размер	12, 14
3. Междустрочный интервал	1,5 пт
4. Интервал перед, после абзаца	0 пт.
5. Выравнивание	по ширине
6. Отступ первой строки	1,25 см.
7. Выделение определений	полужирный курсив
8. Нумерация страниц (нумерация начинается со 2 стр)	внизу справа (допускается по центру)

11.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Использование электронных ресурсов для подготовки к занятиям и зачету (см. пп. 8);

2. Консультирование студентов посредством электронной почты.

3. Использование информационно-справочных систем:

- автоматизированная система управления - база данных «Университет»

- электронные библиотечная система: Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru).

- тестовый доступ: American Institute of Physics, Znanium.com, Casc, Редакция журналов BMJ Group, БиблиоРоссика, электронная коллекция книг и журналов Informa Healthcare, Polpred, Science Translational Medicine, коллекция журналов BMG Group.

11.4. Особенности организации образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Образовательный процесс для лиц с ограниченными возможностями здоровья организован в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ, утвержденными 08.04.2014 г. № АК-44/058н и разделом 7, п. 7.1, пп. 22 «Методические рекомендации по работе с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья», устанавливающими

специальные требования к условиям изучения дисциплин для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в Институте обеспечивается:

1. Для слепых: материалы для обучения оформлены в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых. Письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специальным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются. При необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей.
2. Для слабовидящих: учебные материалы и задания для контроля оформлены увеличенным шрифтом, обеспечено индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс. При необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся.
3. Для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечено наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования. По желанию глухих и слабослышащих обучающихся экзаменационные мероприятия производятся в письменной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей): для выполнения письменных заданий используется надиктовка их на технические средства обучения. По желанию обучающегося письменные занятия заменяются устными.

11.5. Практикум

Задача 1. Для погашения пакета облигаций, выпущенных на 5 лет, создается погасительный фонд при ежегодных платежах по 20 тыс. сом., на которые начисляются проценты по ставке 10%.

Определить итоговую (наращенную) сумму при условии, что проценты начисляются один раз в год.

Задача 2. Определить современную величину банковского депозита, если вкладчик через 5 лет должен получить 200 тыс. сом. Банк производит начисления на внесенную сумму по сложной ставке 20% годовых.

Задача 3. Определить рыночную стоимость купонной облигации за 30 дней до погашения купона. Номинал облигации — 1000 сом., купонный доход — 150 сом. Длительность периода между выплатами купонного дохода — 100 дней.

Задача 4. Номинальная стоимость акции акционерного общества — 300 сом.

Определить курсовую стоимость акции на рынке ценных бумаг, если известно, что размер дивиденда ожидается на уровне 25%, а размер банковской ставки — 20%.

Задача 5. В инвестиционном портфеле акционерного общества три акции компании «А», две акции компании «Б» и пять акций компании «В» с одинаковыми курсовыми стоимостями.

Как изменится стоимость инвестиционного портфеля, если курс акций компании «А» увеличится на 18%, «Б» — на 16% и «В» — упадет на 15%?

Задача 6. Акционерное общество выпустило 900 простых акций и 100 привилегированных, а также 150 облигаций. Номинальная стоимость всех ценных бумаг — 100 000 сом. Купон по облигациям — 12%, дивиденд по привилегированным акциям — 15%.

Определить дивиденд от прибыли по обыкновенным акциям. Расположить всех держателей ценных бумаг по степени убывания доходности финансовых инструментов, если прибыль к распределению составила 16 000 тыс. сом.

Задача 7. Ценная бумага куплена 01.03.99 за 15 тыс. сом. и продана 01.05.99 за 18 тыс. сом. Определить доходность операции.

Задача 8. Выписан вексель номинальной стоимостью 500 сом. сроком на 1 год под 50% годовых. Какую сумму получил векселедатель? Какова сумма дисконта?

Задача 9. Компании «Баэт» необходимо увеличить объем своего оборотного капитала на 10 000 долл. У нее есть три альтернативных вида финансирования: а) воспользоваться коммерческим кредитом, отказавшись от скидки, предоставляемой на условиях «3/10, чистые 30»; б) взять ссуду в банке под 15% (это потребует от компании поддержания 12% резервного остатка); в) эмитировать коммерческий вексель со ставкой 12%. Издержки, связанные с размещением, составят 100 000 долл. за каждые 6 месяцев.

Предполагая, что фирма предпочла бы более гибкое финансирование, и зная, что дополнительные издержки приобретения этой гибкости составят не более 2% в год, определите, какую из альтернатив следует выбрать компании.

Задача 10. Корпорации необходимо профинансировать приобретение оборотных средств на сумму 75 000 долл. Имеется три возможных источника средств: а) коммерческое кредитование: компания покупает материалы на сумму около 50 000 долл. в месяц на условиях «3/30, чистые 90», компания использует скидки; б) банковское кредитование: банк может предоставить компании кредит 100 000 долл. под 13%. В качестве обеспечения банк требует поддержания резервных остатков в размере 10%; в) факторинговая компания приобретает дебиторскую задолженность корпорации (100 000 долл. в месяц), средний период инкассации которой 60 дней. Факторинговая компания авансирует до 75% номинальной стоимости счетов под 12% годовых. Кроме того, эта компания потребует от корпорации выплаты комиссии в размере 2% на все приобретенные ею счета. Корпорация рассчитала, что пользование условиями факторинговой компании позволит ей сэкономить на расходах по содержанию кредитного отдела и расходах на покрытие безнадежных долгов в размере 1500 долл. в месяц. Какую из предложенных альтернатив следует выбрать корпорации, если она принимает решение на основе данных о процентных издержках?

Задача 11. Предприятию необходимо привлечь кредит в сумме 100 тыс. усл. ед. Среднерыночная ставка процента за кредит по аналогичным кредитным инструментам составляет 20% в год. Рассчитать грант-элемент по каждому из следующих вариантов: а) уровень годовой кредитной ставки — 18%; процент за

кредит выплачивается авансом; погашение основной суммы долга осуществляется в конце кредитного периода; б) уровень годовой кредитной ставки — 16%; процент за кредит выплачивается в конце каждого года; основной долг амортизируется равномерно (по одной трети его суммы) в конце каждого года; в) уровень годовой кредитной ставки — 20%; процент за кредит выплачивается в конце каждого года; основная сумма долга погашается в конце кредитного периода; г) уровень годовой кредитной ставки устанавливается дифференцированно: на первый год — 16%, на второй год — 19%, на третий год — 22%; процент за кредит выплачивается в конце каждого года; погашение основной суммы долга осуществляется в конце кредитного периода.

Задача 12. Сравнить эффективность финансирования актива при следующих условиях: стоимость актива — 60 тыс. усл. ед.; срок эксплуатации актива — 5 лет; авансовый лизинговый платеж предусмотрен в сумме 5% и составляет 3 тыс. усл. ед.; регулярный лизинговый платеж предусмотрен в сумме 30 тыс. усл. ед. в год; ликвидационная стоимость актива после предусмотренного срока его использования прогнозируется в сумме 10 тыс. усл. ед. Ставка налога на прибыль — 30%; средняя ставка процента по долгосрочному банковскому кредиту составляет 15% в год.

Задача 13. Компания производит продукцию сельскохозяйственного назначения. Изучение балансовых данных компании дает следующие сведения: совокупные активы составляют 3,0 млн долл., долгосрочные и краткосрочные обязательства — 2,2 млн долл., выпущено привилегированных акций на сумму 0,4 млн долл., а также 100 000 обыкновенных акций.

Необходимо определить: 1) Какова балансовая стоимость одной акции? 2) О чем свидетельствует несопадение номинальной и балансовой стоимости акций? Указать другие важнейшие виды стоимости акций.

Задача 14. Фирма планирует, что в следующем году ее прибыль составит 10 млн. долл., еще через год — 12 млн. долл. В настоящее время норма чистой рентабельности равна 5% и предполагается, что в течение двух следующих лет она останется на том же уровне. В обращение выпущено 200 000 обыкновенных акций, а через год фирма планирует эмитировать еще 10 000 акций. В виде дивиденда выплачивалось 40% прибыли; считается, что так и останется в будущем.

Рассчитать: а) оценку чистой прибыли за два следующих года; б) прогнозные величины дивиденда за два следующих года; в) ожидаемый курс акций на конец двух следующих лет (показатель P/E равен 11).

Задача 15. Ожидается, что каждая из акций с показателем P/E , равным 12, принесет 4 долл. через 3 года; что на акцию будет выплачен дивиденд 1 долл. на конец трех ближайших лет. Используйте модель приведенной стоимости с 10% ставкой дисконтирования для вычисления справедливого курса акции, предполагая, что ее показатель P/E в течение всего времени неизменен.

Задача 16. Осуществляется оценка акций фирмы. В настоящее время обыкновенные акции компании стоят 40 долл., ожидается, что за два года их цена вырастет до 50 долл. Кроме того, предполагается, что по этим акциям в

конце двух следующих лет будет выплачено по 2 долл. дивидендов. Если требуемая доходность составляет 14%, то: 1) какова внутренняя стоимость акции; 2) какова приблизительная доходность акции; 3) является ли акция привлекательной формой вложения? Выводы поясните.

Задача 17. Стоит ли приобретать облигации номиналом 1000 сом. и остаточным сроком обращения 5 лет, имеющие годовую купонную ставку 10%, если облигация в настоящий момент продается на рынке за 850 сом., а ожидаемая инвестором доходность к погашению составляет 8%?

Задача 18. *Tokey Inc.* рассматривает вопрос о приватизации посредством выкупа акций руководством компании за счет привлечения кредита. В настоящее время руководство владеет 21% от общего числа (5 млн. акций). Рыночная цена акции составляет 20 долл. Согласно ожиданиям руководства, для того чтобы побудить акционеров продать акции, потребуется выплатить премию сверх рыночной стоимости в размере 40%. Руководство компании намерено сохранить имеющиеся в его распоряжении акции и использовать долговое финансирование с высоким приоритетом; размер кредита составит 80% от суммы средств, необходимых для выкупа акций. Остальные 20% будут заимствованы посредством эмиссии субординированных необеспеченных долговых обязательств.

Условия первого варианта кредитования таковы: ставка — 2% сверх привилегированной с погашением 20% основной суммы займа по истечении каждого года из 5 лет, на которые предоставлен кредит. Процентная ставка по субординированным обязательствам составляет 13%, а основная сумма долга должна быть погашена по истечении 6 лет единовременным платежом. По условиям второго кредитного договора владелец субординированных обязательств получает варрант на приобретение 30% акций компании по окончании 6 лет. Руководство подсчитало ожидаемую прибыль до уплаты налогов 1и процентов, которая составит 25 млн. долл. в год. Так как налоговые убытки переносятся на будущий период, компания намеревается избегать уплаты налогов на протяжении 5 лет. Компания будет осуществлять затраты капитала в объеме, необходимом для его амортизации.

1) Если ожидается, что привилегированная ставка в среднем равна 10% на протяжении следующих 5 лет, будет ли способна фирма обеспечить погашение долга? 2) Ответьте на вопрос п. 1 при условии, что привилегированная ставка в среднем равна 8%. 3) Чему равно минимальное значение прибыли до уплаты налогов, необходимой для обслуживания долга?

Задача 19. Текущий курс акции АО «Экспоцентр» составляет 10 тыс. сом. Цена исполнения контракта — 9,8 тыс. сом. Если премия за опцион «колл» составила 500 сом. за акцию, рассчитайте внутреннюю стоимость опциона на одну акцию и временную стоимость опциона на 300 акций.

Задача 20. Эмиссионной синдикат В начале 2012 г. выпустил вексель номиналом 1 млн. сом. с дисконтом 290 тыс. сом. и периодом котировки 16 недель. Гарантированная синдикатом сумма выкупа векселя, начиная с 13-й недели — 923 тыс. сом.

Рассчитайте доходность векселя по предъявлении в срок и доходность векселя по предъявлении его досрочно, через 13 недель.

Задача 21. Баланс АО характеризуется следующими данными:

<i>Актив</i>	<i>Сумма, тыс. сом.</i>	<i>Пассив</i>	<i>Сумма, тыс. сом.</i>
Основные средства	20000	Уставный фонд	25000
Нематериальные активы	7000	Расчеты по оплате труда	8000
Производственные запасы	4000	Долгосрочные займы	5000
Расчеты с участниками	10000	Краткосрочные кредиты банка	7000
Расчетный счет	4000		
Итого баланса	45000	Итого баланса	45000

АО выпустило 500 облигаций номиналом 10 тыс. сом. (ст. «долгосрочные займы», пассив).

Определить обеспеченность облигаций активами.

Задача 22. Объем реализации фирмы «Славутич» составляет 400 млн. сом., прогнозируемый уровень на следующий период — 480 млн. сом. Данные бухгалтерского баланса следующие:

<i>Актив</i>	<i>Сумма, млн. сом</i>	<i>Пассив</i>	<i>Сумма, млн. сом.</i>
Основные средства	40	Уставный капитал	40
Запасы	60	Резервный фонд	10
Расчетный счет	20	Спецфонды	4 2
		Долгосрочные кредиты	6
		Краткосрочные кредиты	40
Итого	120	Итого	120

Определите дополнительную потребность в финансировании (будем считать, что нераспределенная прибыль направляется в различные фонды)-
 Норма дивиденда 40%, прибыль в объеме продаж составляет 4,3%.

Задача 23. Безрисковая ставка процента в настоящее время составляет 6%, а рыночная доходность — 11%. Рассмотрим инвестиционные инструменты, характеризуемые следующими значениями показателя «бета»:

<i>Инвестиционный инструмент</i>	<i>Фактор «бета»</i>

АА	2,50
ББ	1,20
ВВ	1,00
ГГ	-0,50
ДД	0,00

1) Какой из инструментов наиболее рискованный, какой наименее рискованный? 2) Используйте CAPM (формулу оценки доходности активов) для определения требуемой нормы доходности по каждому из инструментов. 3) Какие выводы о риске и требуемой доходности можно сделать на основании ответов на предыдущие вопросы?

Задача 24. Предположим, что компания, у которой находится в обращении 10 млн акций, намеревается дополнительно выпустить 1 млн. акций, предложив право их приобретения акционерам. Подписная цена по «правам» составит 26 долл., а текущий рыночный курс акции равен 32 долл. Определить: 1) сколько «прав» потребуется для приобретения одной акции нового выпуска; 2) какова стоимость одного «права»?

Задача 25. Фирма имеет варрант, который позволяет приобрести одну акцию по курсу 50 долл. Текущий рыночный курс акции равен 56 долл. Варрант продается по 8 долл.

Определите: 1) чему равна стоимость варранта; 2) чему равна премия по варранту в абсолютном и процентном выражении?

Задача 26 Стоимость сдаваемого в лизинг оборудования 11 000 тыс. сом. Срок лизинга — 4 года (январь 1999 г. — декабрь 2002 г.) Норма амортизационных отчислений на полное восстановление оборудования — 10%, годовых. Процентная ставка по привлекаемому для совершения лизинговой сделки кредиту — 10% годовых. Согласованный процент комиссии по лизингу — 4% годовых. Капитальный ремонт оборудования, его техническое обслуживание осуществляет лизингополучатель. Лизингодатель оказывает пользователю некоторые дополнительные услуги, расходы по которым составляют:

- командировочные расходы работников лизингодателя — 3.2 тыс. сом.;
- расходы по оказанию юридических консультаций, связанных с заключением лизинговых соглашений — 3 тыс. сом.;
- расходы лизингодателя на проведение консультаций по эксплуатации оборудования, включая организацию пробных испытаний — 5 тыс. сом.

Выплаты лизинговых взносов производятся ежегодно равными долями. Соглашением предусмотрено, что после окончания срока лизинга лизингополучатель приобретает объект лизинга, в собственность исходя из его остаточной стоимости. Размер ставки налога на добавленную стоимость — 20%.

Предлагается рассчитать среднегодовую стоимость оборудования и размер амортизации, который будет начислен на срок аренды; размер лизинговых платежей; остаточную стоимость оборудования; составить график выплат лизинговых взносов. **Задача 27.** Облигация с известным купонным доходом при-

обретаена 26.04.09 по курсу 91,5%. Номинал облигации 1000 сом. Параметры облигации указаны в таблице.

<i>Дата выплаты купона</i>	<i>Номер купонного периода</i>	<i>Купонный период, дни</i>	<i>Величина купона, % годовых</i>	<i>Объявленный купон, сом.</i>
21.01.2010	—	—	—	—
21.07.2010	1	182	15	74,79
20.01.2011	2	182	15	74,79
21.07.2011	3	182	15	74,79
19.01.2012	4	182	15	74,79
19.07.2012	5	182	15	74,79
17.01.2013	6	182	15	74,79

Определите накопленный купонный доход. Рассчитайте цену, которую покупатель должен заплатить за облигацию (без учета комиссионного вознаграждения и других накладных расходов).

Задача 27. Портфель инвестора состоит из обыкновенных акций предприятий «Сокол», «Вымпел», «Паритет» и «Каскад». Определите ожидаемую через год доходность портфеля, если имеются следующие данные:

<i>Эмитент обыкновенных акций</i>	<i>Количество акций, шт.</i>	<i>Рыночная цена акции, сом</i>	<i>Ожидаемая через год стоимость акций, сом</i>
«Сокол»	120	300	320
«Вымпел»	300	150	180
«Паритет»	200	200	240
«Каскад»	350	180	230

Задача 28. Уставный капитал АО составляет 10 млн. сом. На эту сумму были выпущены акции номинальной стоимостью 1000 сом. каждая. Из них привилегированных акций — 15%, обыкновенных — 85%. В 2012 г. АО получило чистую прибыль, равную 30 млн сом., из которой 50% было направлено на выплату дивидендов, 5 млн. сом. выплачено в качестве дивидендов по привилегированным акциям, остальная часть направлена на выплату дивидендов по обыкновенным акциям. В 2012 г. прибыль составила 35 млн. сом. и была распределена следующим образом: 6 млн. сом. — на выплату дивидендов по привилегированным акциям; 12 млн. сом — по обыкновенным акциям. Остальная часть прибыли была реинвестирована в производство.

Определить курс и рыночную стоимость обыкновенной акции АО на конец 2011 г. и 2012 г. Ссудный банковский процент — 75% и 60% по годам соответственно.

Задача 29. ЗАО решило приобрести новое оборудование стоимостью 12 млн. сом. Анализ проекта показал, что он может быть профинансирован на 25% за счет дополнительной эмиссии акций и на 75% за счет заемного капитала.

Средняя ставка по кредиту — 8%, а акционеры требуют доходность на уровне 12%.

Определить, какой должна быть доходность проекта в процентах к сумме, чтобы удовлетворить всех инвесторов.

Задача 30. Руководство компании рассматривает возможность выпуска продукции нового ассортимента. Это потребует инвестиций в размере 500 000 долл. на первом этапе и еще 700 000 долл. по истечении первого года. Через два года после начала реализации проекта ожидаются денежные поступления в размере 250 000 долл., на третий год — 350 000 долл., через четыре года, — 450 000 долл., а затем — 480 000 долл.

1) Если минимальная ставка доходности равна 15%, какова чистая приведенная стоимость проекта? Можно ли считать его приемлемым? 2) Какова IRR проекта? 3) Что произойдет, если требуемая минимальная ставка доходности будет равна 7,5%?

Задача 1 Инвестиционный портфель P_1 характеризуется среднеквадратическим отклонением в 20%. Планируется создать инвестиционный портфель P_2 включающий P_1 , а также безрисковые активы.

Определить стандартное отклонение инвестиционного портфеля P_2 , если доля безрисковых активов в нем равна 30%.

Задача 32. На предприятии осуществлены реконструкция и техническое перевооружение производства, на проведение которых было израсходовано 5 млн. сом. В результате этого денежные поступления за расчетный период по годам составили:

Год	Сумма денежных поступлений, млн. сом.
1-й	1,2
2-й	1,8
3-й	2,0
4-й	2,5
5-й	1,5

Ставка дисконта равна 20%.

Требуется определить срок окупаемости с использованием различных методов.

Задачи

Задача 33. Исчислите текущую цену бессрочной облигации, если выплачиваемый по ней годовой доход составляет 100 долларов, а среднерыночная процентная ставка - 12 %.

Задача 34. Акционерное общество учреждено с уставным капиталом 1000000 сом., составленным из 20000 акций. Уставный капитал оплачен полностью. В уставе акционерного общества содержится пункт о 10000 объявленных акциях. В этих условиях общее собрание акционеров принимает решение увеличить уставный капитал до максимально возможного. Какой будет уставный капитал данного общества в случае успешного размещения всех дополнительных акций?

Задача 35. На первичном рынке методом голландского аукциона были предложены к размещению 1000 облигаций номинальной стоимостью 100 сом. Цена отсечения составила 93% от номинала. Во время аукциона были поданы заявки на покупку 100 облигаций по цене 96 %, 200 облигаций - по цене 95 %, 500 облигаций - по цене 94 %, 100 облигаций - по цене 93 %, 200 облигаций - по цене 92 %. Рассчитайте объем реально привлеченных средств в результате размещения данного выпуска облигаций.

Задача 36. Акционерное общество имеет уставный капитал 1 000 000 рублей, состоящий из 100 000 акций, курсовая стоимость которых 50 сом. Общее собрание акционеров приняло решение удвоить уставный капитал за счет дополнительного выпуска обыкновенных акций. Какой максимальный эмиссионный доход может получить акционерное общество, если выпуск будет размещен полностью?

Задача 37. На первичном рынке методом голландского аукциона были предложены к размещению 1000 облигаций номинальной стоимостью 100 сом. Цена отсечения составила 92 % от номинала. Во время аукциона были поданы заявки на покупку 200 облигаций по цене 97 %, 100 облигаций - по цене 96 %, 200 облигаций - по цене 95 %, 100 облигаций - по цене 92 %, 500 облигаций - по цене 90 %. Рассчитайте объем реально привлеченных средств, в результате размещения данного выпуска облигаций.

Задача 38. Облигация с номиналом 1000 сом. и сроком до погашения 1 год куплена на вторичном рынке с дисконтом 2 % 2.07, а продана 26.12 с премией 3 %. Рассчитайте доход инвестора от данной инвестиции, если условиями выпуска облигации предусмотрены купонные выплаты по ставке 20 % (выплачиваются 2 раза в год). Новый купонный период открывается 1.07 и 25.12 соответствующего года.

Задача 39. Облигация с номиналом 1000 сом. и сроком до погашения 1 год куплена на вторичном рынке с дисконтом 2 %, а продана через 7 месяцев с премией 3 %. Рассчитайте доход инвестора от данной инвестиции, если условиями выпуска облигации предусмотрены купонные выплаты 1 раз в год по ставке 20 %.

Задача 40. Вексель на сумму 10 000 сом. был выписан 1 марта 2004 г. со сроком платежа 1 сентября того же года. В векселе указано, что на основную сумму начисляются проценты по ставке 15 процентов годовых. Какую сумму получит векселедержатель в день погашения?

Задача 41. Инвестор приобрел 10 лотов акций компании на фондовой бирже по цене 10 сом. за акцию. Через 1 месяц эти акции были проданы на той же бирже по цене 14 сом. за акцию. Биржевой сбор составляет 1 % от суммы сделки. Какова доходность и доход от данной операции с учетом биржевого сбора (в пересчете на год)?

Задача 42. Инвестор купил акцию с номинальной стоимостью 1000 сом. за 5000 сом., а спустя 2 года продал ее за 6000 сом.. За первый год по акции были выплачены дивиденды в размере 10 %, за второй - в размере 15%. Определите

доходность этой инвестиции (в пересчете на год), среднерыночная процентная ставка - 12 % годовых.

Задача 43. Инвестор приобрел трехмесячный опцион на продажу 100 акций компании ABC со страйковой ценой 150 долларов за 1 акцию. Премия составляет 5 долларов на 1 акцию. Спустя 3 месяца курсовая стоимость акций составила 140 долларов за акцию. Каков финансовый результат сделки для держателя опциона?

Задача 44. Вы купили опцион put на акции с ценой исполнения 200 долларов, заплатив премию в размере 10 долларов. Каков будет Ваш финансовый результат от сделки, если в момент исполнения опциона акция будет торговаться на наличном рынке по цене 180 долларов?

Задача 45. Рассчитайте, что выгоднее, купить облигацию номиналом 1000 сом. со сроком обращения 1 год и ставкой купона 20 % (выплачивается 2 раза в год) по цене 102 % или положить деньги в банк на тот же срок с процентной ставкой по депозиту 18 %?

Задача 46. 1 января в обращении находилось 5000 инвестиционных паев паевого инвестиционного фонда А, стоимость чистых активов которого составляла 900000 сом.. Стоимость чистых активов паевого инвестиционного фонда Б на эту дату составила 850000 сом., а в обращении находилось 4010 паев. Величина надбавки (скидки) в первом фонде составляет 2 %, а во втором - 1,8 %. Через месяц стоимость чистых активов этих фондов оказалась одинаковой и составила по 1 000 000 сом. Рассчитайте, инвестиции, в какой фонд обеспечили большую доходность за указанный период?

Задача 47. Стоимость чистых активов паевого инвестиционного фонда составляла 40000 сом., а количество паев - 800 штук. Месяц спустя количество паев не изменилось, но стоимость чистых активов фонда возросла на 10 %. Какова доходность вложений в данный инвестиционный фонд (в пересчете на год) с учетом надбавок и скидок к стоимости паев, которые составляют 1 %?

ВЕРНО/ НЕВЕРНО ДАННОЕ ВЫРАЖЕНИЕ (ДА/НЕТ).

Вариант 1

1. Ценные бумаги — это документы имущественного содержания, с которыми какое-либо право связано так, что оно без этих документов не может быть ни осуществлено, ни передано другому лицу.

2. К ценным бумагам относится депозитный и сберегательный сертификат.

3. Ценные бумаги на предъявителя — это ценные бумаги, переход прав на которые и осуществление закрепленных ими прав требуют идентификации владельца.

4. Валютный опцион — это обязательство покупателя купить и обязательство продавца продать определенное количество валюты, но фиксированному курсу в заранее согласованную дату или в течение согласованного периода времени.

5. Ценная бумага может иметь безбумажную форму.

6. Биржа драгоценных металлов и драгоценных камней предназначена для совершения операций, связанных с обращением ювелирных изделий.
7. Проценты по облигациям будут выплачены, если АО имеет убыток.
8. Дивиденды на купленные акции могут быть выплачены не деньгами, а дополнительными акциями.
9. К категории уникальных драгоценных камней могут быть отнесены алмазы массой 10 каратов.
11910. Репорт направлен на понижение курса валюты.
11. Хеджирование — это способ страхования валютных рисков.
12. По форме эмиссии ценные бумаги бывают: именные документарные, именные бездокументарные, документарные на предъявителя.
13. Все инвестиционные институты (кроме инвестиционного консультанта) должны иметь лицензию на свою деятельность.
14. Доход от владения ценными бумагами может быть получен в форме выигрыша по займу.
15. Курс, который применяется при срочных сделках, называется курс спот.

Вариант 2

1. К категории уникальных драгоценных камней могут быть отнесены бриллианты массой 20 каратов.
2. К основным ценным бумагам относятся казначейские обязательства государства.
3. К производным ценным бумагам относятся акции.
4. Дивиденды по привилегированным акциям будут выплачены, если АО имеет убыток.
5. При выплате дивидендов обыкновенные акции имеют преимущество перед привилегированными.
6. Облигация — это ценная бумага, которая дает право ее владельцу управлять предприятием.
7. Спот-курсы и кросс-курсы в течение дня меняются более 1000 раз.
8. Предприятие приобрело опцион с правом одновременно купить и продать товар.
9. Биржа драгоценных металлов и драгоценных камней предназначена для совершения операций, связанных с обращением бытовых изделий из драгоценных металлов и камней.
10. Рынок, на котором производятся операции с ценными бумагами, представляет собой валютный рынок.
11. Конверсия валюты — это запрет на вывоз валюты.
12. Фондовая биржа — это организованный, но нерегулярно функционирующий рынок по купле-продаже ценных бумаг.
13. Валютный своп — это одновременно предоставляемые кредиты в двух разных валютах.

120

14. Валютные риски — опасность валютных (курсовых) потерь, связанных с изменением курса иностранной валюты.

15. Международная коллективная валюта — это денежная расчетная единица, которая применяется в отдельных регионах мировой торговли.

Вариант 3

1. Покупка акции АО — это предоставление ссуды акционерному обществу.

2. При переходе варранта из рук в руки товар, меняя своего владельца, может не менять своего местонахождения.

3. Облигация — это ссуда, предоставляемая покупателем облигации государству или предприятию, выпустившему облигацию.

4. Акция — это форма вложения капитала.

5. К основным ценным бумагам относятся варранты.

6. К производным ценным бумагам относятся облигации.

7. Превышение банком покупки валюты над ее продажей есть длинная валютная позиция.

8. Рынки ценных бумаг подразделяются на первичный, вторичный и третичный.

9. Инвестиционные институты осуществляют свою деятельность на рынке ценных бумаг как исключительную, т. е. не допускающую совмещения с иными видами деятельности.

10. Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней — это сфера экономических отношений, связанных с обращением ценных бумаг.

11. Деятельность инвестиционного консультанта не требует лицензии.

12. Вексель — это ценная бумага, удостоверяющая безусловное денежное обязательство векселедателя уплатить при наступлении срока определенную сумму денег владельцу векселя.

13. Конверсия валюты представляет собой продажу валюты.

14. Уникальные янтарные образования относятся к драгоценным камням, если их масса равна 200 г.

15. Биржа драгоценных металлов и драгоценных камней предназначена для совершения операций, связанных с обращением самородков драгоценных металлов.

11.6. Тестовые задания для самоконтроля знаний студентов по дисциплине «Маркетинг на финансовом рынке»

ТЕМА : ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК

Укажите правильные ответы (их может быть несколько)

ТЕСТ 1. Кто может быть учредителем фондовой биржи?

- а) только юридические лица;
- б) юридические и физические лица.

в) иностранные лица.

ТЕСТ 2. Каков предельный размер доли отдельного учредителя в уставном капитале товарно-фондовой биржи?

- а) не имеется ограничений;
- б) не более 10%;
- в) не более 5%.

ТЕСТ 3. С какого момента фондовая биржа приобретает права юридического лица?

- а) с момента получения лицензии;
- б) с момента государственной регистрации учредительных документов;
- в) с момента внесения в единый государственный реестр

ТЕСТ 4. Может ли государственный исполнительный орган быть членом фондовой биржи?

- а) может, после получения в установленном порядке специального разрешения Министерства финансов Кыргызстана;
- б) может;
- в) может, если в его основные функции входит осуществление операций с ценными бумагами;
- г) не может.

ТЕСТ 5. Предусматривается ли законодательством КР возможность членства на фондовой бирже граждан КР?

- а) да;
- б) нет;
- в) да, если физическое лицо осуществляет сделки и действует по поручению инвестиционной компании-члена биржи;
- г) вопрос поставлен некорректно.

ТЕСТ 6. Совет директоров фондовой биржи принимает решение об увеличении уставного капитала биржи; несмотря на то, что он еще не полностью оплачен. Правомерно ли это решение?

- а) правомерно; б) неправомерно;
- в) правомерно, если акционеры в месячный срок полностью оплатят уставный фонд

ТЕСТ 7. Укажите основных участников биржевого рынка ценных бумаг:

- а) акционеры бирж; б) брокеры; в) дилеры; г) АО - эмитенты; д) депозитарий;
- е) доверительный управляющий; ж) другие, кроме перечисленных.

ТЕСТ 8. Что является существенной особенностью биржевого рынка?

- а) продажа ценных бумаг с целью инвестирования временно свободных денежных средств в экономику;
- б) приобретение ценных бумаг в целях перепродажи;
- в) купля-продажа ценных бумаг в форме перепродажи;
- г) финансовое посредничество с регламентированным режимом работы.

ТЕСТ 9. Укажите форму, в которой биржа как организатор торговли на рынке ценных бумаг (не совмещающая деятельность по организации торговли с иными

видами деятельности за исключением депозитарной и клиринговой) может быть признана профессиональным участником рынка ценных бумаг.

- а) общество с ограниченной ответственностью; б) товарищество на вере;
- в) некоммерческое партнерство; г) ассоциация; д) акционерное общество.

ТЕСТ 10. Биржевые индексы — это:

- а) предоставление в интегрированном виде информации о состоянии рынка ценных бумаг;
- б) предоставление информации о динамике изменения курса определенной ценной бумаги;
- в) предоставление информации об изменении доходности определенных видов ценных бумаг;
- г) разность между ценой открытия и ценой закрытия биржевых торгов.

ТЕСТ 11. Непосредственным участником биржевых торгов являются:

- а) инвесторы (покупатели);
- б) эмитенты (продавцы);
- в) фондовые посредники (дилеры и брокеры);
- г) организации, предоставляющие услуги на рынке ценных бумаг (биржа, регистраторы, депозитарии, клиринговые организации, консультанты и др.);
- д) организации, осуществляющие доверительное управление (трастовые организации);
- е) государственные органы регулирования и контроля

ТЕСТ 12. Имеет ли право фондовая биржа обменять часть своих акций на акции товарной биржи?

- а) имеет; б) не имеет; в) имеет по согласованию с Минфином КР.

ТЕСТ 13. Основные формы биржевой торговли:

- а) форма организованной торговли; б) форма стихийной торговли;
- в) аукционная форма; г) агентская форма.

ТЕСТ 14. Каковы основные обязанности фондовой биржи?

- а) ограничение манипулирования ценами;
- б) предоставление заинтересованному лицу списка ценных бумаг, допущенных к торгам;
- в) регистрация биржевых сделок;
- г) раскрытие информации о деятельности эмитента, чьи ценные бумаги обращаются на бирже;
- д) разработка правил организации торговли;
- е) заключение сделок с ценными бумагами.

ТЕСТ 15. Дайте характеристику стихийного биржевого рынка:

- а) отсутствие единого курса ценных бумаг; б) участие непрофессионалов;
- в) множество трейдеров; г) отсутствие листинга.

ТЕСТ 16. Из каких элементов состоит процедура допуска ценных бумаг к торгам?

- а) листинг; б) предлистинг; в) делистинг; г) котировка ценных бумаг; д) аудит финансовой отчетности эмитента.

ТЕСТ 17. Что представляет собой единый биржевой курс?

- а) средний курс между ценой покупки и продажи за день;
- б) средний курс, рассчитанный на основе совершенных сделок по цене покупки;
- в) средний курс, рассчитанный на основе совершенных сделок по цене продажи;
- г) средний курс, обеспечивающий наибольшее количество сделок;
- д) средний курс, рассчитанный на основе заявок (приказов) инвесторов брокерам купить и продать ценные бумаги.

ТЕСТ 18. Какие существуют методы котировки ценных бумаг?

- а) метод единого курса; б) регистрационный метод;
- в) средневзвешенный метод;
- г) метод максимальных цен при покупке и минимальных цен при продаже;
- д) метод минимальных цен при покупке и максимальных цен при продаже;
- е) другие.

ТЕСТ 19. Укажите правильное определение понятия конъюнктуры рынка ценных бумаг.

- а) совокупность ценных бумаг, обращающихся на рынке денных бумаг;
- б) совокупность ценовых показателей в отдельный момент времени для бумаг, обращающихся на рынке;
- в) совокупность эмитентов и инвесторов - участников рынка ценных бумаг;
- г) соотношение между спросом и предложением на ценные бумаги, колеблющееся под влиянием различных экономических и политических факторов.

ТЕСТ 20. К какому классу по способу взвешивания относится индекс Доу-Джонса?

- а) равновесный; б) капитализационный; в) ценовой;
- г) объемный; д) нет правильного ответа.

ТЕСТ 21. В качестве профессионального участника рынка ценных бумаг фондовая биржа может быть признана как:

- а) общество с ограниченной ответственностью;
- б) некоммерческое партнерство;
- в) ассоциация;
- г) акционерное общество.

ТЕСТ 22. Можно ли совершать на фондовой бирже сделки с ценными бумагами, не включенными в список обращающихся на бирже ценных бумаг в соответствии с существующим законодательством

- а) ситуация возможна в рамках закона о некоммерческих организациях;
- б) сделки можно совершать в порядке, предусмотренном внутренними документами биржи;
- в) ситуация возможна в рамках Закона о рынке ценных бумаг;
- г) ситуация невозможна.

ТЕСТ 23. В соответствии с биржевыми правилами любое заинтересованное лицо имеет право получить следующую информацию:

- а) дата заключения сделки;

- б) время заключения сделки;
- в) наименование ценных бумаг, являющихся предметом сделки;
- г) государственный регистрационный номер ценных бумаг, являющихся предметом сделки;
- д) цена одной ценной бумаги;
- е) количество ценных бумаг;
- ж) данные о покупателе и продавце;
- з) иная информация.

ТЕСТ 24. Основными отличительными особенностями организованного биржевого рынка ценных бумаг являются:

- а) системы торговли ценными бумагами, основанные на современных информационных и компьютерных технологиях;
- б) организация торговли любыми ценными бумагами;
- в) организация торговли ценными бумагами, прошедшими предварительную экспертную оценку, но не прошедшими листинг;
- г) регулярность проведения торгов, поддержание единых правил торговли ценными бумагами.

ТЕСТ 25. Фондовая биржа, зарегистрированная в соответствии с действующим законодательством, получила лицензию на деятельность в качестве фондовой биржи. Каковы действия фондовой биржи по истечении срока полезного использования лицензии?

- а) оформление и подача соответствующих документов для продления лицензии;
- б) сдача квалификационного экзамена персоналом;
- в) оплата единовременного сбора для продления лицензии;
- г) вопрос поставлен некорректно;
- д) внесение изменений в устав биржи.

ТЕСТ 26. Могут ли ценные бумаги, не прошедшие листинг, быть объектом сделок на фондовой бирже?

- а) да, в любом случае;
- б) да, в порядке, предусмотренном внутренними документами биржи;
- в) нет.

ТЕСТ 27. Фирма «Альфа и К» выполняет заказы на покупку акций на бирже за счет заказчика. В начале апреля 2008 г. «Альфа и К» купила акции «Кыргызэнерго», подождала пока они вырастут в цене и продала их с целью извлечения спекулятивной прибыли. На основании этой информации можно считать фирму «Альфа и К⁰»:

- а) дилером и «медведем»; б) дилером и «быком»;
- в) брокером и «медведем»; г) брокером и «быком».

ТЕСТ 28. Депозитарной деятельностью на рынке ценных бумаг признается:

- а) оказание услуг по ведению реестра владельцев ценных бумаг;
- б) оказание услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и (или) по учету прав на ценные бумаги;
- в) оказание услуг по доверительному управлению ценными бумагами для клиентов;

г) предоставление кредитов на покупку ценных бумаг.

ТЕСТ 29. Расчетно-клиринговые организации на рынке ценных бумаг выполняют следующие функции:

- а) ведут учет взаимных обязательств по ценным бумагам;
- б) открывают их владельцу счета депо;
- в) ведут реестр именных ценных бумаг;
- г) хранят сертификаты ценных бумаг и учитывают права собственности на эти бумаги.

ТЕСТ 30. Деятельность по определению взаимных обязательств и (или) поставке (переводу) денежных средств в связи с операциями с ценными бумагами относится:

- а) к дилерской;
- б) к расчетно-клиринговой по ценным бумагам;
- в) к расчетно-клиринговой по денежным средствам;
- г) к организации торговли ценными бумагами

ПОДБЕРИТЕ ТЕРМИНЫ № 1

Термины

1. Финансовая биржа
2. Фондовая биржа
3. Валютная биржа
4. Фьючерсная биржа
5. Биржа драгоценных металлов и драгоценных камней
6. «Золотой» сертификат
7. Привилегированная акция
8. Валютная «корзина»
9. Валютный фьючерс
10. Валюта неконвертируемая
11. Мерные слитки
12. Опцион
13. Премия
14. Паритет
15. Фиксинг

Определения

1. Некоммерческое предприятие по организации и проведению торгов по купле-продаже иностранной валюты
2. Государственная ценная бумага, обеспеченная залогом
3. Ценная бумага, которая не дает права на участие в управлении предприятием
4. Организатор торговли финансовыми активами как рыночным товаром

5. Валюта, которая функционирует только в пределах одной страны и не обменивается на другие иностранные валюты
6. Место, где происходит купля-продажа ценных бумаг
7. Организатор сделок, связанных с обращением обработанных и необработанных драгоценных металлов, монет и пр.
8. Договор о передаче права для покупателя и обязательства для продавца купить или продать определенный актив по фиксированной цене в заранее согласованную дату или в течение согласованного периода времени
9. Сумма, на которую цена продажи облигации превышает их номинальную стоимость
10. Организатор сделок с фьючерсами и опционами на ценные бумаги и валюту
11. Соотношение двух денежных единиц по весу золота, установленного в качестве золотого обеспечения
12. Набор иностранных валют, который используется при котировке иностранной валюты
13. Установление официального курса доллара США к рублю
14. Контракт на куплю продажу валюты в будущем
15. Сертифицированные нестандартные по весу слитки золота, серебра, платины

ПОДБЕРИТЕ ТЕРМИНЫ № 2

Термины

1. Ценные бумаги
2. Ставка ссудного процента
3. Валютная оговорка
4. Курс акции
5. Варрант
6. Облигации
7. Экю
8. Маржа
9. Коносамент
10. Акции
11. Клиринг
12. Дивиденды
13. Брокер
14. Универсальные биржи
15. Аллонж

Определения

1. Часть прибыли АО, которая распределяется между держателями акций
2. Денежные документы, удостоверяющие право собственности или займа владельца документа по отношению к лицу, выпустившему такой документ
3. Выпускаются для привлечения дополнительных финансовых ресурсов

4. Международная коллективная валюта, используемая странами, входящими в ЕС
5. Цена, уплачиваемая за использование денег
6. Документ, выдаваемый перевозчиком грузовладельцу в удостоверение факта принятия груза к перевозке и подтверждения обязательства передать его грузополучателю в порту назначения
7. Форма вложения капитала
8. Зависит от дивиденда и банковского процента
9. Добавочный лист для передаточных записей
10. Система взаимных расчетов между банками и другими субъектами финансового рынка
11. Гражданин, выполняющий посреднические услуги по купле-продаже финансовых активов
12. Условие контракта, фиксирующее курс одной валюты по отношению к другой во избежание потерь от изменения курсов
13. Разность между курсами валют на день открытия и закрытия позиций
14. Сертификат, дающий держателю право покупать ценные бумаги по оговоренной цене в течение определенного промежутка времени
15. Проводят операции с разными финансовыми активами

ПОДБЕРИТЕ ТЕРМИНЫ № 3

Термины

1. Оффсет
2. Специализированные финансовые биржи
3. Страйк-цена
4. Валютный арбитраж
5. Листинг
6. Простой (соло-вексель)
7. Альпари
8. Домициляция
9. Варрант
10. Репорт
11. Конверсия валюты
12. Индоссамент
13. Валютный курс
14. Переводной вексель
15. Процентный арбитраж без форвардного покрытия

Определения

1. Допуск ценных бумаг эмитента к торгам на фондовой бирже
2. Обязательство должника уплатить определенную сумму денег в установленный срок получателю денег или по его приказу любому другому лицу, предъявившему вексель к оплате
3. Проводят сделки только с одним видом финансового актива

4. выписывается и подписывается кредитором и представляет собой приказ должнику уплатить в указанный срок определенную сумму денег третьему лицу или предъявителю
5. Свидетельство товарного склада о приеме на хранение определенного товара
6. Продажа в случае покупки или покупка в случае продажи фьючерсного контракта или опциона на фьючерсный контракт
7. Передаточная надпись
8. Цена одной валюты по отношению к другой иностранной валюте или международным платежным средствам. Опционный курс
10. Обмен одной валюты на другую по действующему валютному курсу
11. Покупка валюты по курсу спот с последующим размещением ее в депозит и обратной конверсией по курсу спот по истечении срока депозита
12. Соответствие рыночного курса валют валютному паритету
13. Сочетание наличной сделки по продаже иностранной валюты с одновременным заключением сделки на ее покупку через определенный срок по более высокому курсу
14. Назначение плательщиком по векселю какого-либо третьего лица
15. Операция по купле-продаже валюты с последующей обратной сделкой в целях получения прибыли от разницы валютных курсов