

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования «Международный славянский институт» Вышневолоцкий филиал

Е.В.Арсеньева, Г.В.Носова

Учебно - методическое пособие

МАРКЕТИНГ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

по направлению подготовки <u>Экономика</u> для заочной формы обучения



Вышний Волочек 2015 Учебное пособие по дисциплине «Маркетинг на финансовом рынке» разработано в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для обучающихся по направлению Экономика



Е.В.Арсеньева, Г.В.Носова

Маркетинг на финансовом рынке: Учебно-методическое пособие. - 136 с.

Учебно-методическое пособие «Маркетинг на финансовом рынке» имеет важное значение в формировании современного банковского работника. В этом пособии основой является поиск вариантов достижения рыночного успеха банка. Это заставляет привлечь внимание обучающихся ко всем сторонам деятельности банка под углом зрения поиска рыночных возможностей выбор оптимального перечня банковских услуг, маневрирования ценами на услуги, прикладывание усилий по продвижению банковских услуг и к их реализации, формирования система знаний о специфике банковского маркетинга и собственное понимание маркетинговых процессов, происходящих в сфере финансовых услуг. Учебнометодическое пособие включает в себя теоретический материал, практический материал, деловые игры, контроль знаний, тестовые задания.

© Арсеньева Е.В., Носова Г.В., 2015 © Вышневолоцкий филиал образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Международный славянский институт»

СОДЕРЖАНИЕ

A	H	H	O'	Γ	41	I	И	Я
A	п	יח	U	1 /	٦ı	П	И	Я

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЧТЕНИЮ ЛЕКЦИЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА (КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫБОРУ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ, КОНТРОЛЬНЫХ И КУРСОВЫХ РАБОТ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТАМ, ЭКЗАМЕНАМ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Цель данного курса:

является формирования знания о специфике маркетинговой деятельности на финансовом рынке и практических навыков управления его маркетинговой деятельностью

Научить:

- владеть способностями определения проблемы коммерческого банка на финансовом рынке своего региона и анализа внутренней и внешней маркетинговой среды финансово-кредитного учреждения;
- владеть навыками составления заявления о миссии, образе и ценностях банка и осуществления ситуационного и стратегического анализа для коммерческого банка;
- обладать практическими навыками определения стратегических и тактических целей, формирования маркетинговой стратегии и планирования маркетинговой деятельности финансово-кредитного учреждения;
- владеть умением разрабатывать альтернативные стратегические решения и принимать верные в области маркетинговой деятельности банка;
- владеть способностями грамотного планирования товарной, сбытовой, коммуникативной деятельности банка и применения современных методов ценообразования;
- обладать навыками перестройки маркетинговой деятельности банка в ответ на изменения рыночной ситуации на финансовом рынке своего региона;
- владеть способностями сегментирования клиентской базы банка и навыками оценки эффективности участия банков региона в карточных и электронных платежных системах, навыками разработки рекомендаций по оптимизации этой деятельности.

Задачами данного курса являются:

 ✓ изучить структуру кредитной системы России и существующие классификации финансово-кредитных учреждений;

- ✓ определить особенности банковского маркетинга и содержание элементов комплекса маркетинга финансово-кредитных учреждений;
- ✓ изучить процесс маркетингового управления и содержание его этапов в коммерческом банке;
- ✓ ознакомиться с содержанием и процессом стратегического планирования маркетинговой деятельностью банка;
- ✓ изучить содержание четырех подсистем маркетинговой информационной системы (МИС) финансово-кредитных учреждений;
- ✓ определить особенности формирования продуктовой, сбытовой, коммуникативной политики и политики ценообразования банка;
- ✓ рассмотреть подходы к формированию организационно-управленческих структур всего банка и его маркетинговых служб;
- ✓ изучить основные тенденции на финансовом рынке России, в том числе способы горизонтальной интеграции

Имея в виду определяющее значение концепции и инструментов маркетинга в успешности рыночного функционирования коммерческого банка, учебная дисциплина «Маркетинг на финансовом рынке» имеет столь же важное значение и в формировании современного банковского работника. В этом курсе основой является поиск вариантов достижения рыночного успеха банка. Это заставляет привлечь внимание обучающихся ко всем сторонам деятельности банка под углом зрения поиска рыночных возможностей выбор оптимального перечня банковских услуг, маневрирования ценами на услуги, прикладывание усилий по продвижению банковских услуг и к их реализации.

У студентов формируется система знаний о специфике банковского маркетинга и собственное понимание маркетинговых процессов, происходящих в сфере финансовых услуг.

ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные в результате изучения дисциплин циклов, 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.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, ОПЫТ, КОМПЕТЕНЦИИ)

В ХОДЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг» студенты УСВАИВАЮТ ЗНАНИЯ (ЗНАТЬ):

- ✓ изучить структуру кредитной системы России и существующие классификации финансово-кредитных учреждений;
- ✓ определить особенности банковского маркетинга и содержание элементов комплекса маркетинга финансово-кредитных учреждений;
- ✓ изучить процесс маркетингового управления и содержание его этапов в коммерческом банке;
- ✓ ознакомиться с содержанием и процессом стратегического планирования маркетинговой деятельностью банка;
- ✓ изучить содержание четырех подсистем маркетинговой информационной системы (МИС) финансово-кредитных учреждений;
- ✓ определить особенности формирования продуктовой, сбытовой, коммуникативной политики и политики ценообразования банка;
- ✓ рассмотреть подходы к формированию организационно-управленческих структур всего банка и его маркетинговых служб;
- ✓ изучить основные тенденции на финансовом рынке России, в том числе способы горизонтальной интеграции;

<u>НА ОСНОВЕ ПРИОБРЕТЕНИЯ ЗНАНИЙ ФОРМИРУЮТСЯ УМЕНИЯ</u> (УМЕТЬ):

- ✓ демонстрировать понимание сущности и специфических черт банковского маркетинга, его целей, задач, принципов и функций;
- ✓ демонстрировать знание содержания стратегического и операционного маркетинга для финансово-кредитных учреждений и специфики инструментов комплекса маркетинга и особенностей их формирования;
- ✓ демонстрировать понимание основных принципов формирования организационно-управленческих структур банка и его маркетинговых служб;

✓ демонстрировать знание функций участников платежных систем на основе банковских карт, основных принципов функционирования электронных платежных систем и роли криптографических систем в обеспечении их информационной безопасности.

ПРИОБРЕТАЮТСЯ НАВЫКИ (ВЛАДЕТЬ):

- ✓ владеть способностями определения проблемы коммерческого банка на финансовом рынке своего региона и анализа внутренней и внешней маркетинговой среды финансово-кредитного учреждения;
- ✓ владеть навыками составления заявления о миссии, образе и ценностях банка и осуществления ситуационного и стратегического анализа для коммерческого банка;
- ✓ обладать практическими навыками определения стратегических и тактических целей, формирования маркетинговой стратегии и планирования маркетинговой деятельности финансово-кредитного учреждения;
- ✓ владеть умением разрабатывать альтернативные стратегические решения и принимать верные в области маркетинговой деятельности банка;
- ✓ владеть способностями грамотного планирования товарной, сбытовой, коммуникативной деятельности банка и применения современных методов ценообразования;
- ✓ обладать навыками перестройки маркетинговой деятельности банка в ответ на изменения рыночной ситуации на финансовом рынке своего региона;
- ✓ владеть способностями сегментирования клиентской базы банка и навыками оценки эффективности участия банков региона в карточных и электронных платежных системах, навыками разработки рекомендаций по оптимизации этой деятельности.

Результаты освоения дисциплины достигаются путем чтения студентам лекций; проведения с ними практических занятий (проблемных, дискуссионных, проектировочных) и различных форм самостоятельной работы студентов. Предусмотрены аудиторные самостоятельные работы по основным темам курса, а также самостоятельная контрольная работа (реферат); использования в процессе обучения компьютерной техники и мультимедийной аппаратуры; организации

самостоятельной внеаудиторной работы студентов и подготовки ими письменных работ (проведение различных исследований).

	Результат обучения	Код
Уровень цели	T OSYMBIAT OCY TOMBE	соответствующей компетенции из ФГОС ВПО
Знать		41 00 BHO
	изучить структуру кредитной системы России и	OK-4; OK-5;
	существующие классификации финансово-кредитных учреждений;	ОК-7; ПК-4;
	определить особенности банковского маркетинга и	ПК-5; ПК-6;
Знать	содержание элементов комплекса маркетинга финансово-кредитных учреждений;	ПК-7; ПК-8;
	изучить процесс маркетингового управления и	ПК-9; ПК-10;
	содержание его этапов в коммерческом банке; ознакомиться с содержанием и процессом	ПК-11; ПК-
	стратегического планирования маркетинговой	12; ПК-13
	деятельностью банка; изучить содержание четырех подсистем маркетинговой	
	информационной системы (МИС) финансово-кредитных	
	учреждений; определить особенности формирования продуктовой,	
	сбытовой, коммуникативной политики и политики	
	ценообразования банка; рассмотреть подходы к формированию организационно-	
	управленческих структур всего банка и его	
	маркетинговых служб;	
	изучить основные тенденции на финансовом рынке России, в том числе способы горизонтальной	
X 7	интеграции	
Уметь		
	демонстрировать понимание сущности и специфических черт банковского маркетинга, его целей, задач,	OK-4; OK-5;
	принципов и функций;	ОК-7; ПК-4;
	демонстрировать знание содержания стратегического и	ПК-5; ПК-6;
	операционного маркетинга для финансово-кредитных учреждений и специфики инструментов комплекса	ПК-7; ПК-8;
	маркетинга и особенностей их формирования;	ПК-9; ПК-10;
Уметь	демонстрировать понимание основных принципов формирования организационно-управленческих	ПК-11; ПК-
	структур банка и его маркетинговых служб;	12; ПК-13
	демонстрировать знание функций участников платежных систем на основе банковских карт, основных	
	принципов функционирования электронных платежных	

	систем и роли криптографических систем в обеспечении	
	их информационной безопасности	
Владеть		
	владеть способностями определения проблемы	ОК-4; ОК-5;
	коммерческого банка на финансовом рынке своего региона и анализа внутренней и внешней маркетинговой	ОК-7; ПК-4;
	среды финансово-кредитного учреждения;	ПК-5; ПК-6;
	владеть навыками составления заявления о миссии, образе и ценностях банка и осуществления	ПК-7; ПК-8;
	ситуационного и стратегического анализа для	ПК-9; ПК-10;
	коммерческого банка; обладать практическими навыками определения	ПК-11; ПК-
Владеть	стратегических и тактических целей, формирования	12; ПК-13
	маркетинговой стратегии и планирования	,
	маркетинговой деятельности финансово-кредитного	
	учреждения;	
	владеть умением разрабатывать альтернативные	
	стратегические решения и принимать верные в области	
	маркетинговой деятельности банка;	
	владеть способностями грамотного планирования товарной, сбытовой, коммуникативной деятельности	
	банка и применения современных методов	
	ценообразования;	
	обладать навыками перестройки маркетинговой	
	деятельности банка в ответ на изменения рыночной	
	ситуации на финансовом рынке своего региона;	
	владеть способностями сегментирования клиентской	
	базы банка и навыками оценки эффективности участия	
	банков региона в карточных и электронных платежных	
	системах, навыками разработки рекомендаций по	
	оптимизации этой деятельности. месс изучения писциппины направлен на ФОРМ	

Процесс изучения дисциплины направлен на **ФОРМИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ**: ОК-4; ОК-5; ОК-7; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13

Код компетенций	Формулировка					
	Общекультурные компетенции вузовские					
ОК-4	способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем					
OK-5	умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности					
ОК-7	готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе					

Общепрофессиональные компетенции вузовские					
аналитическая, научно-исследовательская деятельность					
ПК-5	способен выбрать инструментальные средства для обработки				
	экономических данных в соответствии с поставленной задачей,				
	проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные				
	выводы				
ПК-6	способен на основе описания экономических процессов и явлений				
	строить стандартные теоретические и эконометрические модели,				
	анализировать и содержательно интерпретировать полученные				
	результаты				
ПК-7	способен анализировать и интерпретировать финансовую,				
	бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности				
	предприятий различных форм собственности, организаций,				
	ведомств и использовать полученные сведения для принятия				
	управленческих решений				
ПК-8	способен анализировать и интерпретировать данные				
11K-8	отечественной и зарубежной статистики о социально-				
	экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей				
	способен, используя отечественные и зарубежные источники				
ПК-9	информации, собрать необходимые данные проанализировать их и				
	подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет				
	способен использовать для решения аналитических и				
ПК-10	исследовательских задач современные технические средства и				
	информационные технологии				
	организационно-управленческая деятельность				
ПК-11	способен организовать деятельность малой группы, созданной для				
	реализации конкретного экономического проекта				
ПК-12	способен использовать для решения коммуникативных задач				
	современные технические средства и информационные технологии				
ПК-13	способен критически оценить предлагаемые варианты				
	управленческих решений и разработать и обосновать предложения				
	по их совершенствованию с учетом критериев социально-				
	экономической эффективности, рисков и возможных социально-				
	экономических последствий				

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения.
 Специфика банковского маркетинга
- 2 Процесс маркетингового управления в коммерческом банке
- 3 Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и

структура маркетинга на финансовом рынке

- 4 Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка
- 5 Особенности политики ценообразования банка
- 6 Формирование коммуникативной политики банка
- 7 Организационные структуры управления банком
- 8 Тенденции развития финансового рынка

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практическое занятие к теме 1. Кредитная система России и финансовокредитные учреждения. Специфика банковского маркетинга

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

Практическое занятие к теме 3. Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом банке. Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке

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

Практическое занятие к теме 5. Особенности политики ценообразования банка Практическое занятие к теме 6. Формирование коммуникативной политики банка

Практическое занятие к теме 7. Организационные структуры управления банком

Практическое занятие к теме 8. Тенденции развития финансового рынка

	ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ
Не предусмотрены	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЧТЕНИЮ ЛЕКЦИЙ

ЛЕКЦИЯ 1. Кредитная система России и финансово-кредитные учреждения.

Специфика банковского маркетинга

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

<u>ЛЕКЦИЯ 2. Процесс маркетингового управления в коммерческом банке</u> Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

<u>ЛЕКЦИЯ 3. Планирование маркетинговой деятельности в коммерческом</u> банке

Целевые установки, специфика функции и структура маркетинга на финансовом рынке

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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.

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

<u>ЛЕКЦИЯ 4. Продуктовая политика банка. Сбытовая политика банка</u> Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

ЛЕКЦИЯ 5. Особенности политики ценообразования банка

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

Роли и задачи ценовой политики в системе банковского маркетинга.

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

ЛЕКЦИЯ 6. Формирование коммуникативной политики банка

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

ЛЕКЦИЯ 7. Организационные структуры управления банком

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

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

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

ЛЕКЦИЯ 8. Тенденции развития финансового рынка

Рассматриваемые вопросы

Курс (краткий конспект) лекций по дисциплине

Статьи, форумы на тему тенденции развития финансового рынка

Форма проведения занятий: активная. Используемые средства обучения – видеопроекционные.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Практическое занятие к теме 1. Кредитная система России и финансовокредитные 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 (HHI)?
- 18. Как рассчитывается коэффициент концентрации GR или CR (Concentration Ratio)?

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

- 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?

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 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 к теме 5. Особенности политики ценообразования банка

- 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?

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 к теме 7. Организационные структуры управления банком

- 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 метода 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?

Практическое занятие к теме 8. Тенденции развития финансового рынка

- 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?

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусматривается выделение в учебных планах ВУЗов времени, отводимого на самостоятельную (внеаудиторную) работу студентов. Главное в её правильной организации – планирование, задаваемое тематическими последовательностью изучения И экономических дисциплин. Известно, что в процессе обучения в ВУЗе удельный вес самостоятельной работы достаточно велик. Поэтому для студента крайне важно овладеть её правильной методикой.

Краткие рекомендации по тем видам самостоятельной работы, которые могут быть использованы при изучении данного курса. К таким видам относятся:

- ⇒ работа над лекционным материалом;
- ⇒ работа над учебными пособиями, монографиями, научной периодикой;
- ⇒ изучение и конспектирование нормативного материала;
- ⇒ подготовка к семинарам;
- ⇒ написание рефератов;
- ⇒ подготовка к зачету или экзамену.

Рассмотрим некоторые их них подробнее. Самостоятельная работа начинается до прихода студента на лекцию. Целесообразно использование опережающего чтения», т.е. предварительного прочитывания «системы 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.).

Методика работы при конспектировании устных выступлений значительно отличается от методики работы при конспектировании письменных источников. Конспектируя письменные источники, студент имеет возможность неоднократно прочитать нужный отрывок текста, поразмыслить над ним, выделить основные мысли автора, кратко сформулировать их, а затем записать. При необходимости он может отметить и свое отношение к этой точке зрения. Слушая же лекцию, студент большую часть комплекса указанных выше работ должен откладывать на другое время, стремясь использовать каждую минуту на запись лекции, а не на ее осмысление – для этого уже не остается времени. Поэтому при конспектировании лекции рекомендуется на каждой странице отделять поля для последующих записей в дополнение к конспекту.

Записав лекцию или составив ее конспект, не следует оставлять работу над лекционным материалом до начала подготовки к зачету. Нужно проделать как можно раньше ту работу, которая сопровождает конспектирование письменных источников и которую не удалось сделать во время записи лекции: прочесть свои записи, расшифровав отдельные сокращения, проанализировать текст, установить логические связи между его элементами, в ряде случаев показать их графически, выделить главные мысли, отметить вопросы, требующие дополнительной обработки, в частности, консультации преподавателя. При работе над текстом лекции студенту необходимо обратить особое внимание на проблемные вопросы, поставленные преподавателем при чтении лекции, а также на его задания и

рекомендации. Работая над текстом лекции, необходимо иметь под рукой справочные издания: словарь-справочник, энциклопедический экономический словарь, в которых можно найти объяснение многим встречающимся в тексте терминам, содержание которых студент представляет себе весьма туманно, хотя они ему и знакомы.

Свою специфику имеет работа с учебными пособиями, монографиями, периодикой. Перечень вопросов, подлежащих изучению, приведен в учебнометодическом комплексе по данной дисциплине. Не все эти вопросы будут достаточно полно раскрыты на лекциях. Отдельные вопросы будут освещены недостаточно полно или вообще не будут затронуты. Поэтому, проработав лекцию по конспекту, необходимо сравнить перечень поднятых в ней вопросов с тем перечнем, который приведен в указанном источнике по данной теме, и изучить ряд вопросов по учебным пособиям, дополняя при этом конспект лекций. Как видно из примерного тематического плана курса, на сессии будут прочитаны лекции не по всем вопросам курса. Часть тем будет вынесена на самостоятельное изучение студентами, прежде всего с помощью учебных пособий. Следует хорошо помнить, что работа с учебными пособиями не имеет ничего общего со сквозным пограничным чтением текста. Она должна быть направлена на поиски ответов на конкретно поставленные в программе вопросы или вопросы для подготовки к зачету. Работая с учебными пособиями, не следует забывать о справочных изданиях.

Все, сказанное выше, в равной степени относится и к работе в монографической литературой и научной периодикой. При работе над темами, которые вынесены на самостоятельное изучение, студент должен самостоятельно выделить наиболее важные, узловые проблемы, как это в других темах делалось преподавателем. Здесь не следует с целью экономии времени подходить к работе поверхностно, ибо в таком случае повышается опасность "утонуть" в обилии материала, упустить центральные проблемы. Результатом самостоятельной работы должно стать собственное самостоятельное представление студента об изученных вопросах.

Работа с периодикой и монографиями также не должна состоять из сквозного чтения или просмотра текста. Она должна включать вначале ознакомительное чтение, а затем поиск ответов на конкретные вопросы. Основная трудность для студентов заключается здесь в необходимости-усвоения, понимания и запоминания значительных объемов материала. Эту трудность, связанную, прежде всего, с дефицитом времени, можно преодолеть путем усвоения интегрального алгоритма чтения.

Подготовка к семинарскому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых нормативных и монографических работ, их реферирования, подготовки докладов и сообщений. Особенно это актуально при использовании новых форм обучения: семинаров-конференций, коллоквиумов, деловых игр и т.п. В последнее время все большее распространение получают просмотры видеокассет с записью лекций преподавателя, использование иной аудиовизуальной техники.

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 (КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ)

Материалы по выполнению домашних заданий (рефератов, расчетнографических работ, курсовых работ и проектов): тематика домашних заданий, пример выполнения заданий, методические указания студентам по выполнению домашних заданий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

Реферат (от латинского "докладывать", "сообщать") представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением.

Таким образом, реферат — это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата практикуется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Подготовка рефератов способствует формированию правовой культуры у будущего специалиста, закреплению у него юридических знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления современности, вести полемику.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции юридической практики, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой

(прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке. Особенно внимательно необходимо следить за новой литературой по избранной проблематике, в том числе за журнальными статьями. В процессе изучения литературы рекомендуется делать выписки, постепенно группируя и накапливая теоретический и практический материал. План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы.

Реферат, как правило, состоит из *введения*, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, *основного материала*, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и *заключения*, где формируются выводы, оценки, предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, свойственные науке конституционного права, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы. Работа может быть представлена к защите в рукописном или печатном виде. Ее объем должен составлять 10-15 страниц Roman, размер 14, интервал 1,5, поля 2,5 см со всех сторон.

На титульном листе студент указывает название института, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, а в самом конце — дату написания работы и личную подпись.

Особое внимание следует уделить оформлению научно-справочного аппарата и прежде всего подстрочных сносок (внизу страницы, под чертой). Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия

книги, места и года ее издания, страницы, с которой взята цитата или соответствующее положение. Для статей из журналов, сборников указывают фамилию и инициалы автора, название статьи, затем название журнала или сборника статей с указанием года издания и номера (или выпуска). При ссылке на газетную статью кроме названия и года издания указывают дату. Оформляя нормативные источники, необходимо указывать полное и точное название нормативного акта, дату его принятия и редакции, а также изменений и дополнений. При этом обязательными являются название, год, номер и статья официального издания, где был опубликован нормативный акт. Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и описки как в тексте, так и в цитатах и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7—10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

Также реферат является основным контрольным документом перед сдачей экзамена или зачета (является допуском к экзамену, зачету).

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа направлена на:

- углубление и закрепление знаний, полученных студентами на лекциях и в ходе самоподготовки;
- развитие у студентов способности к творческому, самостоятельному анализу учебной и специальной литературы;
- выработку умений по систематизации и обобщению усвоенного материала и критически оценивать его;

- формирование навыков практического применения своих знаний, аргументированного, логического и грамотного изложения своих мыслей;
- получение навыков исследовательской работы, а также комплексного системного подхода к изучению и применению специальных знаний.

Контрольные работы, в зависимости от специфики дисциплины могут быть:

- теоретического плана (последовательное изложение материала по избранной теме на основе изучения ряда литературных источников, проведенных исследований);
- смешанные (наряду с теоретическим используется материал производственной практики);
 - практического плана.

Основные этапы выполнения контрольной работы:

- 1. Выбор темы.
- 1. Детальное изучение методики её написания посредством устных и письменных консультаций с преподавателем и изучения методических разработок.
- 2. Отбор и изучение литературных источников, указанных в пособии.
- 3. Сбор фактического материала, его анализ и обобщение.
- 4. Составление плана изложения материала.
- 5. Написание чернового варианта работы.
- 6. Тщательная литературная обработка и окончательное оформление текста.

Предлагаемые студентам темы контрольных работ сформулированы таким образом, что раскрытие каждой из них невозможно без знания всего объема вопросов, предусмотренных программой курса. Вопрос, являющийся темой контрольной работы, может быть изучен шире и обстоятельнее, нежели он освещается в учебниках и на занятиях с учетом собственного опыта, собственных наблюдений и исследований по проблеме.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных работ Работа может быть представлена к защите в рукописном или печатном виде. Ее объем должен составлять 10-20 страниц, шрифт Times New Roman, размер 14,

интервал 1,5, поля 2,5 см со всех сторон.

Контрольная работа должна иметь нумерацию страниц – внизу с правой стороны.

Основные вопросы, освещенные в работе, следует указать в плане работы (содержании) и выделить в тексте. При цитировании положений из литературы необходимо делать точные ссылки на источники. Кроме основных вопросов (2-3) план включает введение и заключение. Вступительная часть содержит краткую характеристику излагаемого вопроса, его актуальность, разработанность в литературе, цель и краткое описание структуры контрольной работы.

В заключении необходимо подвести итоги, сделать выводы и дать возможные рекомендации.

В конце контрольной работы необходимо привести список используемой литературы, в соответствии с использованными ссылками и оформленный по правилам библиографического описания. Студент в праве привлекать любую литературу, помимо рекомендованной, в конце работы необходимо поставить дату и подпись.

Контрольная работа не может быть засчитана при наличии хотя бы одного из ниже перечисленных недостатков:

- если полностью или в значительной части работа выполнена несамостоятельно, т.е. путем механического переписывания учебников, специальной или другой литературы;
- если выявлены существенные ошибки, свидетельствующие о том, что содержание тем не раскрыто и основные вопросы курса не усвоены;
- если работа отличается узконаправленным замкнутым подходом к решаемым проблемам без применения комплексного анализа, позволяющего студенту проявить широкий объем знаний написана небрежно, неразборчиво, с несоблюдением правил оформления.

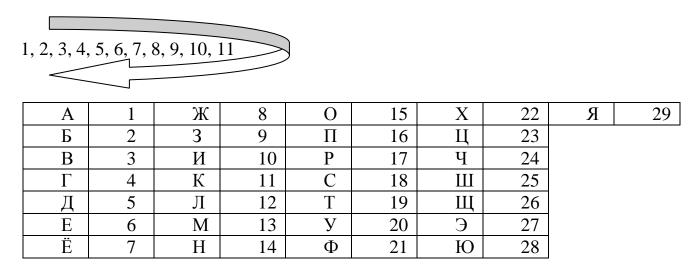
Контрольная работа представляется в установленные сроки. Если предоставленная работа не отвечает требованиям, она возвращается студенту.

Преподаватель перечисляет недостатки и дает советы по их устранению.

<u>МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫБОРУ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ,</u> <u>КОНТРОЛЬНЫХ И КУРСОВЫХ РАБОТ</u>

Варианты выбора практического задания

Вариант практического задания выбирается по первой букве фамилии студента (в случае, если тем контрольных заданий будет меньше, чем номеров варианта, отсчет номера своей самостоятельной работы выбирается по круговой схеме):



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТАМ, <u>ЭКЗАМЕНАМ</u>

Экзамен (зачёт) - важные этапы в учебном процессе, имеющие целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к экзамену, так и сам экзамен - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. Подготовка к экзаменам для студентов, особенно заочной формы обучения, всегда осложняется дефицитом времени.

Как подготовиться к экзамену

Возможно, в то время как Вы читаете этот раздел, Вы уже изучили значительную часть курса и получили оценки за КР, поэтому Вы уже имеете какое-то представление о Ваших способностях отвечать на вопросы, поставленные дисциплиной.

Для экзамена необходимо следующее: экзаменационные вопросы; материалы курса; ваши КР; ваши записи; ваш преподаватель; ваша учебная группа; учебные занятия.

Рекомендуем воспользоваться общими советами.

- 1. Используйте экзаменационные вопросы. Это даст Вам верное представление о том, что нужно ожидать на экзамене. Попрактикуйтесь в написании ответов на вопросы, стараясь уложиться в отведённое время, но при этом имейте под руками материалы курса, чтобы проверить Вашу память на относящиеся к делу идеи и концепции.
- 2. Используйте материалы курса. У Вас будут хорошие шансы сдать экзамен успешно, если Вы используете материалы курса в Ваших ответах на экзаменационные вопросы. Просмотрите все книги. Сделайте свежие записи. Выпишите некоторые ключевые слова, имена, методы и повесьте на видном месте. Постарайтесь бегло просмотреть основные идеи курса, когда у Вас появится некоторое время для обдумывания. Найдите цели и выводы в каждом разделе они обычно содержат основные результаты и составят основу для экзаменационных вопросов.
- 3. Прибегните к помощи Вашего преподавателя и других студентов Вашей группы.
 - 4. Используйте лекции и учебные занятия для подготовки к экзамену.

Экзаменаторы хотят проверить, насколько хорошо Вы понимаете содержание курса и можете ли Вы применить его в соответствующей ситуации. Посмотрите на вопросы в экзаменационном листе. Какую часть курса они включают? Можете ли Вы очень кратко объяснить теорию или идею и применить их в вашем ответе на эти частные вопросы? Воспользуйтесь множеством ссылок на идеи курса. Это продемонстрирует, что Вы поняли и можете применять их. Если Вы сумеете придать значение всему перечисленному выше, то Вы должны сдать экзамен. Но, ради себя самого прочтите вопрос, убедитесь, что Вы понимаете, о чём Вас спрашивают, и затем подготовьте свой ответ.

Как сдавать экзамены (зачеты)

Всё, что говорилось о КР, полностью применимо и к экзаменам, хотя метод написания Ваших ответов на вопросы задания не может быть тем же самым, что и в условиях экзамена. На экзамене Вы будете находиться в более напряжённых условиях, так как Вы будете ограничены во времени. И, возможно. Вы будете ощущать некоторую обеспокоенность, так как у Вас не будет материалов курса, которые могли бы Вам помочь. Давайте сначала рассмотрим, как справиться с чувством беспокойства, хотя такие ощущения вполне нормальны для подобных ситуаций. Однако Вы можете обратить их себе на пользу. Повышенная выработка адреналина в действительности может помочь Вам в успешном выполнении, но Вы не должны позволять Вашему беспокойству слишком сильно овладевать Вами и вводить Вас в состояние паники. Ниже приведены некоторые приемы, которые могут помочь Вам справиться со стрессом:

- ⇒ возьмите себя в руки, сделайте несколько глубоких вдохов, чтобы восстановить дыхание;
- ⇒ тщательно прочтите вопросы экзаменационного билета, так как, если Вы их неправильно поймёте, Вы можете потерять шанс на успешную сдачу экзамена;
- ⇒ медленно прочтите содержание вопросов, прежде чем решить, что делать дальше;
- ⇒ решите, как Вы распределите Ваше время;
- ⇒ точно определите, что требуется для ответа на вопрос, потому что маловероятно, что в ответе потребуется написать всё, что Вы знаете об этой проблеме. Неправильный ответ на вопрос является наиболее частой причиной неудач на экзамене;
- ⇒ положите в основу или "высветите" какие-либо ключевые слова из вопроса, которые будут действовать как указатели, для получения ответа, удовлетворяющего требованиям;
- ⇒ спланируйте и представьте Ваши ответы в таком же строгом виде, как Вы это делали в ваших КР, но не забывайте, что в итоге это должны быть более короткие ответы;

- ⇒ чтобы преодолеть свою нервозность и начать выполнение, Вы можете применить методы, которыми Вы пользовались при выполнении Ваших КР: припомните все идеи, начертите диаграммы или используйте любые из привычных Вам по выполнению КР способов. Сам факт перемещения ручки или карандаша по бумаге подвигнет Вас к действиям, обычно вслед за этим следует творческий процесс;
- ⇒ по мере развития Вашего ответа обратитесь вновь к вопросу и Вашему плану и проверьте, не уклонились ли Вы от первоначального направления;
- ⇒ держите рядом с собой часы, так как очень легко потратить чересчур много времени на более лёгкие вопросы, а Вы должны ответить на требуемое количество вопросов для успешной сдачи экзамена;
- ⇒ пишите разборчиво;
- ⇒ кратко объясняйте теорию/ концепцию, чтобы показать, что Вы понимаете их и можете применить их соответствующим образом к ситуации, описанной в вопросе;
- ⇒ и наконец, убедитесь, что Вы оставили достаточно времени на то, чтобы прочитать Ваш ответ и исправить любые очевидные ошибки прежде, чем кончится экзамен.

Хорошее планирование и разумный контроль ситуации обычно приводят к успеху на экзамене.

При неблагоприятном стечении обстоятельств, ведущем к провалу на экзамене, помните, что это ещё не конец света. Вы приобрели какую-то часть знаний, и это само по себе является удачей, так как Вы сможете применить их в Вашей работе в дальнейшем. И всегда имеется второй шанс сдать экзамен позже.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ Критерии оценки знаний при защите контрольной работы

Реферат (контрольная работа) считается допуском к сдаче зачета (экзамена). Во время защиты студент должен ответить на все вопросы и замечания руководителя, продемонстрировать знание изученного вопроса, свободное

владение всеми источниками информации, использованными для ее написания, и своими знаниями подтвердить самостоятельность выполнения реферата (контрольной работы)

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если работа выполнена в соответствии с установленными требованиями и выполнены в целом все задания контрольной работы

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если работа выполнена не в соответствии с установленными требованиями и не выполнены в целом все задания контрольной работы

Критерии оценки знаний при сдаче экзамена

Экзамен 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.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА НА ЭКЗАМЕНЕ ПРИ 100-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

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

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,	В	95-91	5
исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа. 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.	C	90-86	4 4 (+)
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.	С	85-81	4
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 ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	D	80-76	4 4 (-)
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.	E	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	E	70-66	3
поправок, коррекции.			
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.	E	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 уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	F _x	60-41	2
Не получены ответы по базовым вопросам	F	40-0	2
дисциплины.			

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЗА СЕМЕСТР

(для всех дисциплин с нижеперечисленным контролем)

Вид контроля	Оценка (в баллах)		
	максимум	минимум	
Контрольная работа, реферат	20	10	
Зачет, зачет с оценкой, экзамен	80	50	
ИТОГО ЗА ДИСЦИПЛИНУ	100	60	

Перевод среднего балла в 100-балльную систему

Средний	Балл по	Средний	Балл по	Средний	Балл по
балл по 5-	100	балл по 5-	100	балл по 5-	100
балльной	балльной	балльной	балльной	балльной	балльной
системе	системе	системе	системе	системе	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		

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

(Задание: выполнить КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ)

ТЕМА: МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ (РБУ) В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ, В ГОРОДЕ ВЫШНИЙ ВОЛОЧЕК И ДР.

Введение.

- **Глава 1**. Методическое содержание исследования (клиентская база, конкуренция).
- Глава 2. Анализ конкретной выбранной банковской услуги.
- **Глава 3.** Анализ рыночной ситуации, клиентско-потребительской базы по выбранной услуге, конкурентов.
- **Глава 4.** Формирование и разработка целевых рынков. Возможный прогноз объема реализации услуги.

Заключение.

Список использованной литературы

Список банковских услуг:

- Ссуды юридическим лицам
- Ипотечные ссуды
- Ссуды на покупку автомобиля
- Ссуды на оплату образования
- Привлечение депозитов физических лиц
- Трастовые операции
- Осуществление лизинговых операций
- Осуществление факторинговых операций
- Оказание брокерских услуг
- Оказание консультационных услуг

ПЕРВИЧНЫЕ ДАННЫЕ КОНКРЕТНЫХ БАНКОВ

Цель контрольной работы: получить практические навыки применения методики комплексного исследования рынка банковских услуг. Содержание работы:

Введение. Дать обоснование выбора для исследования рынка конкретной услуги, сформировать цель исследования.

Глава 1. Методическое содержание исследования

Раскрыть методику комплексного анализа рынка банковских услуг с привлечением материалов основного или вспомогательных учебников.

Глава 2. Анализ конкретной выбранной банковской услуги. Цель этого анализа состоит в определении реальной рыночной потребности конкретной услуги банка (в стране, в конкретном регионе).

- Дать общее описание изменения (динамики) спроса на услугу, цены на нее
 - Выявить факторы, способные повлиять на изменение спроса
 - Показать графически возможные изменения в спросе
- Оценить эластичность спроса в зависимости от основных факторов (демографических, экономических, социально-психологических)
 - Определить возможность продвижения услуги на рынок.

Глава 3. Анализ рыночной ситуации, клиентско-потребительской базы по выбранной услуге, конкурентов.

- описать реальную рыночную ситуацию на изучаемом рынке (Тверской области, г. Вышний Волочек и т.д.)
- оценить конъюнктуру спроса и предложения, возможности наращивания объема предложения услуги
- дать общее описание с возможными количественными характеристиками клиентской базы (тех, кто может быть потенциальными пользователями банковской услуги)
 - 1. изучить (качественно и количественно) рынки потенциальных банков-конкурентов, насколько можно шире привлекая материалы, характеризующие качество предлагаемой аналогичной услуги другими банками, характеристики по ценам и объемам реализации услуги, характеристики используемых средств продвижения (реклама, PR-программы)
 - 2. оценить возможную себестоимость выполнения услуги у конкурентов

Глава 4. Формирование и разработка целевых рынков. Возможный прогноз объема реализации услуги.

- 3. определить, является ли рынок по услуге массовым или сегментированным
- 4. выполнить работу по сегментации рынка с предварительным поиском признаков сегментации
- 5. разработать матрицу «клиент-услуга»
- 6. на основе выявленных сегментов дать количественную оценку спроса на услугу по разным сегментам

Заключение. Сформулировать, насколько удалось в контрольной работе выполнить поставленную цель

КРУГЛЫЙ СТОЛ «КАК ПОМОГАЕТ МАРКЕТИНГ ДОБИТЬСЯ УСПЕХА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ (РБУ, РИБ)».

Обсуждаются вопросы контрольных работ студентов.

Осуждение вопросов:

1) В чем полезен маркетинг банку?

2) Какие методы маркетинга надо знать для достижения рыночного успеха?

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

- 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

Общее понятие организационной структуры управления (ОСУ) банка и ее базовые элементы.

- 25. Принципиальные подходы к организации управления.
- 26. Модель ОСУ по группам клиентов.
- 27. Дивизиональная модель ОСУ.
- 28. Организационное устройство коммерческого банка.
- 29. Структура и органы управления банка
- 30. Тенденции развития финансового рынка

ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ»¹

1. Банковский маркетинг является элементом:

- а) финансовой системы;
- б) банковского менеджмента;
- в) валютных отношений;
- г) правового регулирования.

2. Впервые принципы маркетинга были использованы:

- а) в 1848 г. во Франции;
- б) в 1917 г. в России;
- в) в 1650 г. в Японии;
- г) в 1666 г. в Британии.

3. Необходимость банковского маркетинга была обусловлена:

- а) интернационализацией экономических процессов;
- б) развитием информационных технологий;
- в) усилением конкуренции на финансовом рынке;
- г) всем вышеперечисленным.

4. Теоретические основы маркетинга как науки были заложены:

а) Карлом Марксом;

 $^{^{1}}$ Банковский маркетинг. Учебно-методический комплекс - Николаева Т. П. -2013

- б) Сайресом Маккормиком;
- в) Владимиром Лениным;
- г) Наполеоном Бонапартом.

5. Специфика банковских услуг заключается:

- а) в адресности, единстве, регулировании;
- б) в неосязаемости, непостоянстве, несохраняемости;
- в) в гласности, самостоятельности, сбалансированности;
- г) в распределении и контроле.

6. Основными приемами банковского маркетинга являются:

- а) общение с клиентами;
- б) обеспечение рентабельности;
- в) создание преимуществ для клиента и материальной; заинтересованности для сотрудников;
- г) все вышеперечисленное.

7. К банковским операциям относятся:

- а) привлечение и размещение денежных средств физических и юридических лиц во вклады;
- б) открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц, осуществление расчетов;
- в) купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
- г) все вышеперечисленное.

8. К задачам банковского маркетинга можно отнести:

- а) достижение определенности, адекватности, независимости;
- б) обеспечение достоверности, дифференцированности, прибыльности;
- в) максимизацию рентабельности и ликвидности;.
- г) обеспечение гласности, адресности, реальности

9. Процесс маркетинга в банке начинается:

- а) с подготовки плана маркетинга;
- б) с изучения клиента банка;
- в) с выполнения разработанного плана;

г) все вышеперечисленное.

10. Существуют следующие виды спроса на банковские услуги:

- а) отрицательный, нулевой;
- б) сезонный, скрытый;
- в) полный, сверхспрос;
- г) все вышеперечисленное.

11. Спрос на банковские услуги означает:

- а) определение цели и задач банка;
- б) потребность в каком-либо товаре или услуге;
- в) порядок определения цен на товары и услуги;
- г) привлечение и размещение денежных средств.

12. Выделяются следующие целевые группы клиентов банков:

- а) население, предприятия;
- б) общественные организации;
- в) финансово-кредитные организации;
- г) все вышеперечисленные.

13. Банковский маркетинг включает в себя следующие элементы:

- а) анализ рынка и разработку конкурентной стратегии;
- б) государственное регулирование экономики;
- в) осуществление налогового администрирования;
- г) валютное регулирование и валютный контроль.

14. Основным источником информации для исследования рынка являются:

- а) деловые отчеты;
- б) статистические данные;
- в) данные из средств массовой информации;
- г) все вышеперечисленное.

15. Конкурентные преимущества банка достигаются за счет:

- а) повышения эффективности управления госдолгом;
- б) увеличения золотовалютных резервов страны;

- в) способности обеспечивать лучшее предложение клиентам;
- г) сбалансированности федерального бюджета.

16. К качественным показателям деятельности банка относятся:

- а) скорость оборота средств;
- б) количество клиентов банка;
- в) объем привлеченных депозитов;
- г) объем выданных кредитов.

17. Прогнозирование банковского рынка означает:

- а) соотношение активов и пассивов банка по срокам;
- б) предсказание изменения рыночной ситуации в будущем;
- в) выравнивание платежного баланса;
- г) все вышеперечисленное.

18. Стратегия банковского маркетинга заключается:

- а) в проведении мероприятий в области денежного обращения и кредита;
- б) в выборе наилучших путей достижения целей банка средствами маркетинга;
- в) в определении тактики ведения дел;
- г) в обеспечении выполнения государством своих функций.

19. Миссия банка представляет собой:

- а) четко сформулированную причину его существования;
- б) этап бюджетного процесса;
- в) форму финансового контроля;
- г) метод финансового анализа.

20. Процесс принятия и выполнения управленческих решений в банке, связанных с будущими событиями на основе их систематизации, называется:

- а) регулирование;
- б) сбалансированность;
- в) обеспеченность;
- г) бюджетирование;
- д) прогнозирование.

21. Автором корпоративных стратегий лидерства в снижении издержек, дифференциации и фокусирования является:

- а) И. Ансофф;
- б) М. Портер;
- в) М. Фридмен;
- г) А. Смит.

22. Выработка продуктовой стратегии банка заключается:

- а) в осуществлении аудиторской проверки;
- б) в организации проверки кассовой дисциплины банка;
- в) в анализе имеющегося продуктового ряда и решении вопросов по его оптимизации;
- г) в приобретении необходимых товаров и услуг.
- в) информационная;
- г) экономическая.

23. Под банковским имиджем понимается:

- а) совокупность собственных и привлеченных банков денежных средств;
- б) направления размещения денежных средств банка;
- в) совокупность сознательных и несознательных представлений общественности о банке;
- г) способность банка соблюдать требования к ликвидности его баланса.

24. Сбытовая политика банка направлена:

- а) на достижение сбалансированности бюджета;
- б) на доведение товара до потенциального потребителя;
- в) на обеспечение гласности бюджетного процесса;
- г) на обеспечение рентабельности предприятия.

25. Расчленение цен, их дифференциация и уравновешивающее ценообразование являются инструментами:

- а) сбытовой политики банка;
- б) коммуникационной политики банка;
- в) товарной политики банка;
- г) ценовой политики банка.

26. Организацию маркетинга в банке осуществляет:

- а) кредитный отдел;
- б) бухгалтерия;
- в) общее собрание акционеров (участников);
- г) служба маркетинга.

27. К функциям службы маркетинга нельзя отнести:

- а) исследование рынка;
- б) разработку стратегии маркетинга;
- в) разработку и реализацию денежно-кредитной политики;
- г) контроль за реализацией маркетинговой стратегией.

28. К вариантам маркетинг-ориентированным банковским организациям можно отнести:

- а) организацию по группам услуг;
- б) организацию по группам клиентов;
- в) матричную организацию;
- г) дивизиональную организацию;
- д) все вышеперечисленное.

29. К недостаткам банковской организации традиционного типа можно отнести:

- а) высокий уровень внутрибанковской специализации;
- б) затруднения в координации деятельности отделов;
- в) приоритет сбыта над вопросами производства банковских услуг;
- г) введение должностей менеджеров в специализированные отделы банка.

30. На качество банковских услуг оказывает влияние:

- а) освещение, цвета;
- б) мебель, стиль, интерьер;
- в) квалификация персонала;
- г) все вышеперечисленное.

31. Исследование потребностей клиентов осуществляется:

а) анализа документов;

- б) методом наблюдения и экспертных оценок;
- в) методом определения спроса потребителей;
- г) все вышеперечисленное.

32. Мотивация означает:

- а) побуждение, вызывающее активность человека и ее направление;
- б) производство продукции;
- в) разработку и реализацию денежно-кредитной политики;
- г) приобретение необходимых товаров и услуг.

33. Банковский маркетинг представляет собой:

- а) форму движения ссудного капитала;
- б) концепцию управления деятельностью банка, основанную на изучении рынка и ориентированную на потребителя;
- в) отношения связанные с формированием и распределением финансовых ресурсов;
- г) процесс организации денежного обращения.

34. Для новых услуг банка устанавливаются следующие цены:

- а) «снятие сливок»;
- б) «психологическая цена»;
- в) цена лидера на рынке и престижная цена;
- г) все вышеперечисленное.

35. Целями банковского маркетинга являются:

- а) формирование и стимулирование спроса;
- б) увеличение прибыли;
- в) расширение объемов, предоставляемых услуг;
- г) все вышеперечисленное.

36. Анализ рынка представляет собой:

- а) аттестацию сотрудников;
- б) рассмотрение и утверждение бюджета;
- в) выяснение рыночной ситуации и возможностей сбыта;
- г) определение финансового результата деятельности предприятия.

37. Банковский продукт представляет собой:

- а) форму организации движения денежных средств в экономике;
- б) форму образования и расходования денежных средств;
- в) совокупность бюджетов всех уровней;
- г) совокупность платежных средств и банковских операций (услуг).

38. Руководители службы маркетинга формируют рынок банковских услуг:

- а) посредством убеждения в необходимости банковской услуги;
- б) при помощи разработки традиционных и нетрадиционных банковских услуг;
- в) путем оказания собственных услуг по цене и форме удовлетворяющих клиента;
- г) все вышеперечисленное.

39. Исследование структуры пассивов банка включает анализ:

- а) источников средств;
- б) финансовых и реальных инвестиций;
- в) кассовых операций банка;
- г) просроченной задолженности.

40. Ассортимент банковских услуг представляет собой:

- а) перечень структурных подразделений банка;
- б) список штатных сотрудников;
- в) перечень видов (подвидов, разновидностей, сортов) банковских продуктов;
- г) совокупность бюджетов бюджетной системы РФ.

41. Анализ рынка сбыта банковского продукта проводится на этапе:

- а) анализа затрат;
- б) ценообразования;
- в) оценки спроса;
- г) уплаты обязательных платежей.

42. Вид сегментации, проводимый на основе изучения досье каждого клиента банка:

- а) географическая;
- б) демографическая;
- в) поведенческая;
- г) психо-культурная.

43. Отбор целевых рынков проводится с целью:

- а) макроэкономического регулирования;
- б) банковского надзора;
- в) сосредоточения усилий на удовлетворении потребностей только выбранных групп клиентов;
- г) повышения эффективности управления.

44. Основные задачи маркетинга в банке:

- а) обеспечение рентабельности и ликвидности банка;
- б) максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре и качеству услуг, оказываемых банком;
- в) комплексное решение коммерческих, организационных и социальных проблем коллектива банка;
- г) все вышеперечисленное.

45. Цели банковского маркетинга могут быть:

- а) главная, основная, локальная, временная, предварительная и т.п.;
- б) основная, оборотная, денежная;
- в) экономическая, политическая, социально-культурная;
- г) распределительная, контрольная, эмиссионная.

46. Оценка имеющихся возможностей банка позволяет:

- а) обеспечить их баланс с рыночными запросами;
- б) выработать обоснованные программы развития и поведения банка на рынке;
- в) создать адекватную основу для принятия правильных управленческих решений;
- г) все вышеперечисленное.

47. При анализе баланса банка используются методы:

- а) налогового планирования, экспроприации;
- б) сравнения, группировки, коэффициентов;
- в) рефинансирования, политики обязательных резервов;
- г) валютного регулирования.

48. Разделение анализа банковского баланса на функциональный, структурный и операционный осуществлено:

- а) по срокам его проведения;
- б) в зависимости от спектра изучаемых вопросов;
- в) исходя из целей и характера исследований;
- г) в зависимости от объекта исследования.

49. Модель содержания маркетинга «4-Р» разработал:

- а) Еджени Маккарти;
- б) Егор Гайдар;
- в) Адам Смит;
- г) Джон Кеннеди.

50. К пассивному маркетингу относятся:

- а) опрос населения;
- б) реклама;
- в) публикации в прессе;
- г) личное общение с потенциальными клиентами.

51. Сегментирование банковского рынка представляет собой:

- а) определение доходности финансовых вложений;
- б) расчет окупаемости инвестиционного проекта;
- в) выявление целевых групп клиентов, на которых концентрируются сбытовые услуги;
- г) увеличение капитализации организаций.

52. Маркетинговые стратегии банка основаны на построении:

- а) диаграмм
- б) баланса доходов и расходов
- в) двухмерных матриц

- г) графиков
- 53. Вид рекламы, направленный на привлечение новых клиентов:
- а) экспансивная;
- б) вводная;
- 54. Концепция менеджмента банка, направленная на координацию и контроль его деятельности для достижения

стратегических целей, называется:

- а) контроллинг;
- б) факторинг;
- в) хайринг;
- г) андеррайтинг.

КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСЫ

Основная литература

Беляев В.И. Маркетинг.-/электрон. Учебник - основы теории и практики / В.И. Беляев. - М.: Кнорус, 2009.

Котлер Ф. Маркетинг.Менеджмент.-3-е изд.: СПб : Питер, 2010. - C.479.

Багиев Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие. - 3-е изд.; перераб. и доп. - СПб : Питер, 2008. - 733 с.

Маркетинг: учеб. пособие: - М.: Кнорус, 2008. - 283с.

Сребник Б.В. Маркетинг: учеб. Пособие.- М : Высшая школа, 2008. - 360 ст.

Маркетинг: учебник .-/Под ред. В.В. Герасименко:- М. : Инфра-М, 2009. - 416 с.

Маркетинг: учебник.-5-е изд./Под ред.Т.Н. Парамоновой - М.: Кнорус, 2008. - 358c.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов.-7-е изд.,доп и перераб. : М. Дашков и К, 2010. - С.445.

Смирнов К.А. Маркетинг на финансовом рынке : учеб. пособие: - М. Инфра-М, 2013. - С. 207.

Электронные ресурсы

ЭБС «Университетская библиотека online», 2014 http://biblioclub.ru/ Финансовый пособие Алешин. B.A. маркетинг: **учебное** В.А. Алешин, А.И. Зотова, Д.А. Шевченко; Министерство Российской образования науки Федерации, Федеральное И государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования йынжОЗ» федеральный университет", Экономический факультет. - Ростов-н/Д: Издательство Южного федерального университета, 2011. - 158 с. - ISBN 978-5-9275-0809-9 To [Электронный pecypc]. же

http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240957 (14.11.2014). Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник И.М. Синяева. / О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашков. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 252 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02090-2; To же [Электронный pecypel. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229397 (14.11.2014). Нуралиев, С.У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева; под ред. А.Е. Илларионова. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 362 с. - («Учебные издания для бакалавров»). - ISBN 978-5-394-02115-2: To же [Электронный pecypc]. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135051 (14.11.2014). Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева; под ред. А.Е. Илларионова. - 2-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 550 с. - ISBN 978-5-394-02104-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135038 (14.11.2014). Вопросы статистики; Вопросы экономики; Налоговый вестник; Российский экономический журнал; Собрание законодательства РФ; Финансовый бизнес; Финансовый вестник; Финансовый директор; Финансы; Финансы и кредит; Экономическое развитие РФ и др. Закон. Финансы. Налоги; Финансовая газета; Экономика и жизнь и др. Энциклопедия маркетинга. http://marketing.spb.ru/ Сайт по актуальным вопросам развития бизнеса и личности с использованием современной практической психологии. На сайте последние публикации в СМИ, посвященные применению психотехнологий В менеджменте, управлении прикладных персоналом, рекламе и PR. http://www.psycho.ru/ Энциклопедия маркетинга. Сайт ориентирован на предпринимателей, имеющих потребность в повышении своего образовательного статуса в вопросах маркетинга, менеджеров и маркетологов, специалистов по маркетинговым исследованиям, консультантов бизнесу, аспирантов и студентов, в том числе курсов повышения квалификации. http://marketing.spb.ru/ Материалы ПО маркетингу, PR. рекламе, http://www.sostav.ru/index first.html Административно-управленческий портал. Публикации экономике, финансам, менеджменту и маркетингу. http://www.aup.ru/ Электронные журналы Сайт Издательской группы «Дело и сервис» http://www.dis.ru/ Маркетолог on-line http://www.marketolog.ru/ 7 статей. Py http://7st.ru/ Промо-сайт журнала "Маркетолог". Электронный журнал о хитростях

Периодика: журналы,

газеты

Ресурсы
Интернет

public relations, секретах маркетинга, тонкостях политики и о рекламе. Издательский дом Гребенникова http://www.grebennikoff.ru/
На сайте компании есть информация об издаваемых журналах, книгах, новости компании, анонсы мероприятий.

Для того чтобы познакомиться с содержанием журналов, можно посетить <u>Электронную библиотеку Гребенников – Инфо</u>/http://grebennikon.ru/

www.marketingandresearch.ru или www.mmr.ru

"SALES business/Продажи" http://www.action-press.ru/

Анонсы свежего номера: маркетинговые исследования, анализ рынка и техника продаж, семинары и тренинги по продвижению товара.

Маркетинг PRO http://www.marketingpro.ru/

Интернет версия журнала о директ-маркетинге. Новости отрасли, информация о проводимых мероприятиях, выставках, конференциях. Архив журнала с краткими аннотациями статей, библиотека материалов о директ-маркетинге (о компаниях, call- центрах, обучающие материалы, часть из них переводные).

4p.ru http://www.4p.ru/

Электронный журнал по маркетингу. Строится по обычной для этого типа схеме – несколько тематических разделов, в которых размещены статьи. Трудно сказать о какой-то определенной направленности всего ресурса, не есть небольшой отдельный раздел, посвященный теории брендинга.

Интернет журнал о маркетинге bi-marketing.ru

Электронные библиотеки

Энциклопедия маркетинга http://www.marketing.spb.ru/

Ресурс, посвященный различным аспектам маркетинга, знаком многим. Здесь размещено большое количество самых разных текстов - это и статьи из журналов, главы из книг по маркетингу, материалы маркетинговых исследований, обзоры рынков. Информации много, как теоретического, так и практического характера.

«MD-Маркетинг» http://md-marketing.ru/

Информационный портал, посвященный маркетингу и созданный в рамках проекта Консалтинговой группы MD.

Сайт содержит более пятисот статей, посвященных различным областям маркетинга. Основные разделы (а значит и темы) ресурса: стратегический маркетинг, маркетинг-микс (4р-маркетинг), маркетинговые исследования, управление маркетингом и продажами, маркетинговые услуги и книги о маркетинге.

Руководство по маркетингу www.marketing-guide.org

"Маркетер" - материалы об интернет-маркетинге http://www.marketer.ru/

На сайте размещены статьи и материалы в той или иной степени, относящиеся к различным аспектам маркетинга, в том числе маркетинга в Интернет (проведение рекламных и PR-акций, интернетторговля), и менеджмента, последнего несколько больше. Каталоги ссылок, сведения об участниках рынка.

"Правильный маркетинг" http://4p.com.ua/

Ресурс о маркетинге и маркетологах, главной целью создания которого его авторы видят систематизацию опыта «наших» (читай:

украинских) маркетологов.

"Бизнес в сетях" или "Маркетинг в сетях" http://marketing.al.ru/

Ресурс А. Гошунова во многом отражает личный взгляд автора на маркетинг, скрывает. Здесь опубликованы что не информационные маркетинге, И аналитические материалы маркетинговых исследованиях, стратегии (об этих вопросах он пишет сам, плюс дает советы, что почитать и где поискать) и рекламе. Представлены материалы исследований, тексты учебников, лекций, примеры, ссылки и др.

KOROLEWSTVO http://www.korolewstvo.narod.ru/index.htm

Проект, в основе которого лежит идея накопления различных тематических материалов (статей и книг) по маркетингу, торговле и психологии (применительно к сфере бизнеса).

AUP.Ru – Маркетинг http://www.aup.ru/marketing/

Бесплатная электронная библиотека, где опубликованы книги, статьи и ряд других материалов по вопросам маркетинга, рекламы. Корпоративный менеджмент - информационный сервер http://www.cfin.ru/marketing/

На сайте опубликованы методические и аналитические материалы по менеджменту, стратегическому менеджменту, маркетингу и инвестициям. Аналитические статьи по управлению: финансовый анализ, оценка бизнеса, менеджмент, маркетинг и т.д.

Библиотека i2R http://i2r.ru/static/493/

Собрано несколько десятков статей и материалов, посвященных вопросам маркетинга.

Развитие Бизнеса.РУ http://www.devbusiness.ru/index.html

В разделе Бизнес-энциклопедия есть подобие глоссария, где даются определения и расшифровки маркетинговых терминов, а также размещено несколько статей на эту тему.

Библиотека экономики http://www.finansy.ru/publ.htm

Различные экономические тексты: книги, рабочие материалы, статьи из сборников и журналов, публикации, рефераты, дипломы, диссертации.

Журнал "Рынок Ценных Бумаг" http://www.rcb.ru/

Аналитические и методические материалы прикладного характера, комментарии и интервью по актуальным проблемам экономики, финансов и фондового рынка. Публикации номеров в открытом доступе.

"Politekonom" http://politekonom.ru/ Российско-германский экономический интернет-журнал. Посвящен вопросам экономической политики, правового регулирования, методам управления и практики бизнеса. Тематические статьи, переводы с немецкого и английского.

ProfiBook http://www.profibook.com.ua/ Книжная полка профессионала Деловая литература по экономике, менеджменту, рекламе и маркетингу, управлению персоналом, психологии бизнеса. Идея этого сайта - представить Вам профессиональную литературу и постоянно

держать Вас в курсе новинок.

Библиотека экономической литературы http://business.kulichki.net/ Статьи и обзоры по текущим проблемам и событиям экономической жизни. Лента тематических новостей. Общие учебные материалы по экономической теории. Словарь экономических терминов.

Литература по экономике http://www.economka.ru/ Как уменьшить налоги, куда вложить деньги, экономические новости.

Economics online http://www.econline.h1.ru/ Сайт Economics online предназначен для тех, кто изучает экономику или просто ей интересуется. Economics online позволит минимизировать издержки поиска, поскольку представляет собой каталог ссылок на лучшие экономические и финансовые ресурсы сети Internet, как зарубежные, так и российские.

Правовая система "Гарант" - электронный банк информации http://www.garant.ru Полный объем информационного банка системы ГАРАНТ более 700 000 документов и комментариев к нормативным актам, еженедельное пополнение составляет около 2 000 документов.

Комплекс справочно-информационных систем КонсультантПлюс http://www.consultant.ru Комплекс справочно-информационных систем КонсультантПлюс.

Кот ученый http://www.smartcat.ru/ Книги по экономике, финансовому менеджменту, бюджетированию.

Информационно-аналитическое агентство "РосБизнесКонсалтинг" http://www.rbc.ru Оперативная информация о событиях в экономике и политике, финансовая информация (курсы валют, биржевые сводки и индексы), основные экономические показатели и другая деловая информация.

Информационное агентство "Финмаркет" http://www.finmarket.ru/ Новости бизнеса и финансов, курсы валют, фондовые индексы и другая экономическая и финансовая информация.

Инвестиционная компания "Финанс-Аналитик" http://www.finam.ru/ Курсы валют, котировки ценных бумаг, фондовые индексы, обзоры рынков, макроэкономический анализ, прогнозы, профили компаний и другая финансово-экономичская информация.

Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации http://www.cbr.ru/ Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации.

Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/

Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации http://www.cbr.ru/

Бесплатные электронные книги по бизнесу http://www.alti.ru/bizbook.htm

Библиотека бизнесмена

http://e-book.city.tomsk.net

Библиотека электронных книг

http://e-booki.narod.ru/knigi.htm

Государственная публичная научно-техническая библиотека России

http://www.gpntb.ru

Идеальный справочник. Все что нужно бухгалтеру

http://www.ideals.ru

Научная электронная библиотека

http://elibrary.ru

Российская государственная библиотека

http://www.rsl.ru

Российская национальная библиотека

http://www.nlr.ru

Электронные книги

http://books.mlmbiz.ru

Энциклопедия маркетинга

Проект ориентирован на предпринимателей, имеющих потребность образовательного повышении своего статуса вопросах маркетинга, менеджеров маркетологов, специалистов И маркетинговым исследованиям, консультантов бизнесу, аспирантам И студентам, В TOM числе курсов повышения квалификации.

http://www.marketing.spb.ru

<u>перилим м минанкоенідів</u> Публичная

Интернет-библиотека

Полнотекстовая база данных российских периодических изданий с 1990 года по настоящее время, включающая около 600 периодических изданий из 76 регионов РФ, материалы 20 информационных агентств, а также данные мониторинга основных передач российского телевидения. Пользователям предоставлен в полнотекстовом объеме весь архив с 1990 года, кроме публикаций за текущий год, которые предоставлены в цитированном варианте.

http://www.public.ru

Библиотека экономики

Различные экономические тексты: книги, рабочие материалы (working papers), статьи из сборников и журналов, публикации, рефераты, дипломы, диссертации.

http://www.finansy.ru/publ.htm

Электронная библиотека диссертаций РГБ Российская государственная библиотека располагает уникальным фондом диссертаций по всем отраслям знаний, кроме медицины и фармации, которые собираются и хранятся в Государственной центральной научной медицинской библиотеке. Поиск диссертации производится в Электронном каталоге диссертаций, содержащем помимо библиографической информации, тематических рубрик и ключевых слов прямую ссылку на файл с полным текстом

диссертации. Пользователь может прочитать текст диссертации с экрана, скопировать его или распечатать.

http://diss.rsl.ru

AUP.RU Административно-управленческий портал. Бизнес-портал AUP.Ru предназначен ДЛЯ руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов экономистов И предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

http://www.aup.ru

Некоммерческое партнерство "Гильдия Маркетологов"

http://www.marketologi.ru

Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал

Это некоммерческий проект. Все ресурсы портала находятся в открытом доступе. Цель портала - выработка новых стандартов организации и информационного обеспечения образовательного процесса на всех уровнях образования.

http://ecsocman.edu.ru

Российская ассоциация маркетинга Миссия Российской ассоциации маркетинга - продвижение маркетинга через реализацию маркетинговых проектов в России.

http://www.ram.ru/about/index.html

Банк России: www.cbr.ru

Теория и практика маркетинга (брэндинг, мерчендай- зинг и др.): www.4p.ru

Энциклопедия маркетинга. Теория и практика маркетинга, исследование рынка, бренд: www.marketing.spb.ru

Материалы международной ежегодной конференции по Интернетфинансовым технологиям: <u>www.ifin.ru</u>

КРАТКИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ (ГЛОССАРИЙ)

Аваль – вексельное поручительство, при котором лицо, совершившее его, принимает

ответственность за выполнение обязательств каким-либо из ответственных по векселю лиц;

оформляется либо гарантийной подписью авалиста на векселе или дополнительном листе, либо выдачей отдельного документа.

Авизо — в банковской практике официальное извещение, преимущественно о выполнении расчетной операции, направляемое одним контрагентом другому. Банки высылают авизо своим корреспондентам и клиентам о дебетовых и кредитовых записях по счетам, об остатке средств на счете, иных расчетных операциях.

Авуары – имущество, достояние.

- 1. В широком смысле, активы, которыми производятся платежи и погашаются обязательства.
- 2. В узком смысле ликвидная часть активов, включающая денежные средства банка и легко

реализуемые ценные бумаги. Чаще всего термин «авуары» применяется к средствам банков в

иностранной валюте, находящимся на их счетах в иностранных банках.

Аккредитив — расчетный или денежный документ, представляющий собой поручение одного банка другому произвести за счет специально забронированных во втором банке средств оплату за отгруженный товар или выплатить предъявителю аккредитива определенную сумму денег.

Аккредитивная форма расчетов — одна из форм междугородних безналичных расчетов за товары и услуги. В российской банковской практике применяется в ограниченных случаях с целью гарантирования платежей поставщиком. В международной практике имеет широкое применение и является выгодной для экспортера.

Акт Гласса-Стигалла (или «Банковский акт 1933 г.») — закон, заложивший основы банковского законодательства США. Назван по имени его авторов — конгрессменов Гласса и Стигалла. Принят 16 июня 1933 г. правительством Ф.Рузвельта в качестве меры государственного регулирования кредитной системы США. Актом усиливалась централизация банковской системы США, устанавливался государственный контроль за деятельностью банков, разграничивались банковские операции на краткосрочныеи инвестиционные, определялись условия создания банков.

Акт Роберта Пиля — назван по имени премьер-министра Великобритании, принят в 1844 г.; закон, установивший ограничение банкнотной эмиссии жесткими нормами металлического обеспечения (размерами золотого запаса Банка Англии).

Активные операции банков — операции, посредством которых банки размещают имеющиеся в их распоряжении ресурсы.

Активы банковские – в бухгалтерском балансе характеризуют размещение и использование

банками имеющихся в их распоряжении ресурсов. Активы банковские подразделяются на приносящие и не приносящие доходы. К активам, не приносящим доходы, относятся денежные средства в кассе, на корреспондентском и резервном счетах, а также основные средства, материалы, нематериальные активы и иммобилизованные собственные средства. Активы, приносящие доходы, подразделяются научетно- ссудные и банковские инвестиции.

Акцепт – согласие на оплату или гарантия оплаты документов во внутреннем и международном товарообороте.

Акцептные дома — банковские учреждения, специализирующиеся на кредитовании внешней торговли.

Акцептный кредит – кредит, предоставляемый банками в форме акцепта переводных векселей, выставляемых экспортерами на банки; одна из форм кредитования банками внешнеторговых операций.

Акцептованное платежное поручение — поручение, имеющее подтверждение банка о наличии на счете плательщика средств, необходимых для платежа.

Акцептованный вексель – вексель, имеющий согласие плательщика на его оплату.

Акцептованный чек – чек, имеющий гарантию банка по зачислению средств на счет получателя в размере указанной в нем суммы.

Акция – ценная бумага, свидетельствующая о внесении пая в уставный капитал акционерного общества и дающая право на участие в управлении акционерным

обществом и получении части его прибыли в виде дивиденда, пропорционально внесенному паю.

Аллонж – дополнительный лист, прикрепленный к векселю, на котором совершаются передаточные подписи, если они не умещаютсяна оборотной стороне векселя.

Альпари – соответствие биржевого курса ценных бумаг или рыночного курса валют полиному (паритету).

Аннуитеты — вид государственного долгосрочного займа, по которому кредитор ежегодно получает определенный доход, установленный с расчетом постепенного погашения основной суммы долга вместе с процентами по нему.

Анализ рынка - выяснение рыночной ситуации и возможности сбыта на текущий момент.

Ассортимент - перечень видов товаров (услуг).

Аргентарии – банкиры в Древнем Риме, принимавшие денежные вклады и выдававшие ссуды, а также проводившие безналичные расчеты между своими клиентами.

Арест на вклад – приостановка операций по выдаче денег со счета вкладчика, осуществляется только в установленном законом порядке.

Ассигнации – бумажные деньги, выпускавшиеся в России с 1769 по 1849г.

Аукцион – продажа движимого (акции, облигации и другие ценные бумаги) и недвижимого

(земельные участки, здания, оборудование, жилые дома и пр.) имущества на публичных торгах в заранее установленное время, в назначенном месте и за наивысшую предложенную цену.

Аудит — проверка финансовой отчетности компании (или банка) на достоверность содержащейся в ней информации, а также на соответствие ее нормам и требованиям действующего законодательства.

Базовая валюта – валюта, по отношению к которой в определенной стране или финансовом центре осуществляется котировка других валют.

Базовая ставка банка — годовая процентная ставка, устанавливаемая банком в качестве отправной величины для начисления процентов на различные виды предоставляемых им кредитов. Вокруг этой ставки, в зависимости от степени риска, колеблются все остальные ставки. С ростом риска к базовой ставке банка прибавляется премия, в ряде случаев кредит выдается по ставке ниже базовой.

Баланс банка – бухгалтерский баланс, отражающий состояние привлеченных и собственных

средств, их источники, размещение в активы и т.д. Структура баланса определяется функциональной деятельностью банка. Статьи баланса тесно связаны с выполняемыми банком операциями. Шифры счетов обычно содержат функциональные признаки, обозначающие содержаниебанковских операций.

Бандероль – лента из плотной светлой бумаги, применяемая в учреждениях банков для упаковки денежных билетов.

Банк-гарант — банк, дающий поручительство за своего клиента. Обычно гарантии выдаются по поручению и за счет клиентов. Наибольшее распространение имеют платежные гарантии.

Банк международных расчетов (БМР) – международная валютно-кредитная организация,

созданная в 1930 г. в Базеле (Швейцария) в соответствии с планом Юнга центральными банками Бельгии, Великобритании, Германии, Италии, Франции, Японии и группой частных банков США.

Играет важную роль в организации международного валютного сотрудничества. Участвует в работе органов Международного валютного фонда по вопросам функционирования мировой валютной системы, координирует мероприятия по международной поддержке валют отдельных стран в период кризисов, участвует в операциях «СВОП» и валютных интервенциях. Сотрудничает с Международным банком реконструкции и развития (МБРР).

Банк Испании – центральный банк Испании. Создан в 1856 г. Правление банка в Мадриде. В 1962 г. национализирован.

Банк Канады — центральный банк Канады. Основан в 1934 г. Полностью национализирован в 1938 г. Деятельность направляется федеральным правительством, а директорат назначается Министром финансов.

Банк Португалии — центральный банк Португалии. Создан в 1846 г. Правление в Лиссабоне. С 1931 г. имеет монопольное право на выпуск денег по всей территории страны.

Банк Японии — центральный банк Японии. Учрежден в 1882 г. Обладает монопольным правом выпуска банкнот. 55 % капитала принадлежит государству. Остальные акционеры права голоса не имеют.

Банки — особые институты, аккумулирующие временно свободные денежные средства юридических и физических лиц, предоставляющие денежные средства в кредит на условиях срочности, возвратности и платности, осуществляющие выпуск денег в обращение, расчетные операции и операции с ценными бумагами. Возникают на основе развития товарно-денежных отношений и существуют при различных общественно-экономических формациях.

Банки долгосрочных вложений – кредитные учреждения, осуществляющие кредитование

капитальных вложений. В зависимости от организационных форм бывают ипотечные, инвестиционные банки.

Банкирские дома — частные банки, принадлежащие отдельным банкирам или группе банкиров, объединенные в товарищества с неограниченной ответственностью. В настоящее время некоторые банкирские дома являются штаб-квартирами финансово-промышленных групп, входят в крупнейшие банковские концерны и международные банковские объединения.

Банкирский дом Моргана — один из старейших банков США, финансовый центр группы Моргана. Создан в Нью-Йорке в 1861 г. Джоном П. Морганом-старшим.

Банкирский дом Ротшильда – крупнейший банк англо-французской династии финансовых

магнатов. Основан в XVIII в. Имел отделения во Франкфурте-на-Майне, Вене, Лондоне, Неаполе и Париже. Сохранились лондонский и парижский банки,

которые стали основой для создания двух крупных финансовых групп в Великобритании и Франции.

Банкиры — менеджеры и собственники денежного капитала, которые специализируются на ведении банковских операций.

Банкнотное обращение — функционирование выпущенных центральными банками банковских билетов (банкнот) в качестве средства обращения и средства платежа. Возникло на базе вексельного обращения. Вексельное и золотое обеспечение банкнот гарантировало относительную устойчивость и эластичность банкнотного обращения. С изменением характера эмиссии и обеспечения банковских билетов банкнотное обращение перестало быть эластичным, а нарушение его связи с процессом воспроизводства создает условия для возникновения инфляции.

Банковская система – совокупность различных видов банков и банковских институтов в их

взаимосвязи, существующая в той или иной стране в определенный исторический период, составная часть кредитной системы, включающей в себя, кроме банковской, и парабанковскую систему.

Банковская тайна: 1) не подлежащие разглашению сведения о состоянии счетов клиентов и производимых по ним операциях;

2) разновидность коммерческой тайны, заключающаяся в сокрытии от других банков сведений о проводимых операциях в целях защиты от конкуренции.

Банковские билеты – разновидность денежных знаков, выпускаемых в обращение центральным банком страны.

Банковские (расчетно-денежные) документы – содержат необходимую информацию для

осуществления банковских операций, подтверждают их законность и являются основанием для отражения операций в бухгалтерском учете. Делятся на входные, выходные и внутрибанковские.

Входные документы представляются в банк клиентами; к ним относятся документы по безналичным расчетам (платежные поручения и т.д.), документы по кассовым операциям (документы на взнос наличными, денежный чек и т.д.),

документы по кредитным операциям, документы по международным расчетам. Выходные документы составляются в банке и выдаются клиентам; к ним относятся лицевые счета и выписки из лицевых счетов. Внутрибанковские документы обращаются только внутри банков.

Банковские инвестиции – вложения банковских ресурсов на длительный срок. **Банковские операции** – операции банков по привлечению денежных средств (пассивные операции), их размещению (активные операции), выпуску денег в обращенной изъятию их из обращения, осуществлению расчетов и т.д.

Банковские ресурсы — совокупность средств, находящихся в распоряжении банков и используемых ими для кредитных и иных активных банковских операций. Структура ресурсов зависит от специализации банков.

Банковский контроль – контроль, осуществляемый банками в процессе выполнения ими операций. Может осуществляться как самими коммерческими и специализированными банками в процессе осуществления ими операций с клиентурой, так и центральным банком страны и специальными контрольными органами, регулирующими деятельность банковской системы.

Банковский капитал:

- 1) совокупность денежных капиталов, привлеченных в банки, т.е. банковские ресурсы;
- 2) собственный капитал банков (уставный, резервный и т.д.), составляющий меньшую часть

банковского капитала.

Банковский кредит — основная форма кредита, при которой денежные средства предоставляются банками во временное пользование на условиях срочности, возвратности и платности.

Бегство капиталов – стихийное перемещение капиталов из одной страны в другую в поисках надежного убежища с целью сохранения стоимости или прибыльного помещения.

Безлимитное кредитование — осуществляется в тех случаях, когда нецелесообразно либо

невозможно определить предельную плановую величину кредиторской задолженности.

Безнадежные долги — часть дебиторской задолженности, получение которой признано

невозможным вследствие отказа суда или арбитража при взыскании, либо вследствие

неплатежеспособности должника.

Безналичные расчеты — осуществляются посредством перечислений по счетам в кредитных

учреждениях и зачетов взаимных требований, применяются как внутри государства, так и в сфере международных расчетов.

Бенефициар — третье лицо, в чью пользу или по чьему приказу совершается платеж. Используется при расчетах документарным аккредитивом, выставлении тратты при инкассо, реализации гарантии или покупке депозитного сертификата банка.

Бесспорное списание средств – способ списания средств со счета в кредитном учреждении без согласия его владельца.

БИБОР – ставка по межбанковским депозитам в иностранной валюте на международном денежном рынке Бахрейна (аналогично с ЛИБОР).

Биржа — организационно оформленный регулярно функционирующий рынок, на котором

совершается торговля ценными бумагами (фондовая), или оптовая торговля товарами по стандартам и образцам (товарная).

Биржевой курс – продажная цена ценной бумаги, обращающейся на бирже; находится в прямой зависимости от величины дивиденда и в обратной – от нормы ссудного процента. Номинальная цена простой акции не влияет на ее биржевой курс, так как она не подлежит выкупу выпустившим ее предприятием. Биржевой курс облигации повышается с приближением срока ее выкупа.

Бланковый кредит – кредит, предоставляемый без обеспечения товарноматериальными

ценностями или ценными бумагами.

Блокирование счетов – лишение органами государственной власти владельцев банковских счетов права свободно распоряжаться средствами. Осуществляется для достижения определенных экономических и политических целей.

Блокированная валюта — валюта на счетах в банках, использование которой запрещено либо ограничено органами государственной власти. Обычно связано с блокированием счетов.

«Большая четверка» — четыре крупнейшие банковские монополии Великобритании: Барклайз бэнк, Нэшнл Вестминстер бэнк, Мидлэнд бэнк и Ллойдз бэнк.

Бреттон-Вудская валютная система — валютная система, юридически оформленная в 1944 г. на валютно-финансовой конференции ООН в Брелтон-Вудсе (США). Представляла собой систему межгосударственного золото-девизного стандарта, а это существу золотодолларового стандарта.

Бумажные деньги – знаки стоимости, замещающие в обращении полноценные деньги; наделены принудительным курсом, в настоящее время неразменны на металл.

«Буферные» кредиты международного валютного фонда – предоставляются с 1969 г. на

финансирование так называемых «буферных» запасов сырьевых товаров, создаваемых с целью стабилизации их цен на мировом рынке. Право пользования ими предусмотрено Фондом в отношении соглашений по олову, какао, сахару и каучуку.

Валюта:

- 1) денежная единица страны;
- 2) денежные знаки иностранных государств, а также кредитные и платежные документы,

выраженные в иностранных денежных единицах, применяемые в международных расчетах. В зависимости от режима использования, валюты подразделяются на: а) полностью обратимые (т.е. в законодательстве стран отсутствуют возможные ограничения); б) частично обратимые (т.е. в

законодательстве стран сохраняются определенные валютные ограничения, особенно для резидентов); в) необратимые (т.е. в странах действуют различные ограничения и запреты как для резидентов, так и для нерезидентов).

Валюта векселя – денежная единица, в которой выставлен вексель.

Валюта платежа — валюта, в которой происходит фактическая оплата товара или погашение кредита при внешнеторговой операции.

Валютная биржа — организованный рынок для оптовой торговли валютой и основанными на ней финансовыми инструментами, создаваемый профессиональными участниками валютного рынка (прежде всего банками).

Валютная блокада — совокупность валютных мер, используемых государствами по отношению к другим странам с целью принудить их к выполнению определенных экономических и политических требований.

Валютная выручка — иностранная валюта, вырученная от экспорта товаров и услуг, а также от международных кредитов.

Валютная интервенция — вмешательство центрального банка в операции на валютном рынке с целью воздействия на курс национальной валюты путем купли-продажи иностранной валюты. В целях повышения курса национальной валюты центральный банк продает иностранную валюту, а для снижения курса своей валюты скупает иностранную в обмен на национальную.

Валютная отчетность — информация о состоянии валютных расчетов, представляемая в органы государственного валютного контроля юридическими и физическими лицами.

Валютная позиция — соотношение требований и обязательств банка в иностранной валюте. В случае их равенства валютная позиция считается закрытой, а при несовпадении — открытой. Открытая валютная позиция может быть «длинной» (требования превышают обязательства) и «короткой» (обязательства превышают требования).

Валютная система:

1) совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты, исторически сложившаяся на основе интернационализации хозяйственных связей;

2) государственно-правовая форма организации валютных отношений.

Валютная спекуляция — деятельность банков, рассчитанная на получение прибыли от изменения курсов валют на валютных рынках.

Валютное законодательство — совокупность правовых норм, регулирующих порядок совершения сделок с валютными ценностями, порядок ввоза, вывоза, перевода из-за границы и за границу национальной и иностранной валюты и валютных ценностей.

Валютное регулирование – деятельность государства, направленная на регламентирование

международных расчетов и порядка совершения сделок с валютными ценностями.

Валютные кредиты — разновидность международного кредита, предоставляемого в денежной форме. Выдаются, как правило, в национальной, реже — в иностранной валюте, а также в международных счетных денежных единицах.

Валютные операции — вид банковской деятельности по купле-продаже иностранной валюты. Различают наличные («спот»), при которых обмен валют происходит в момент заключения сделки, и срочные («форвард») валютные операции, при которых платежи производятся в установленный срок (от недели до пяти лет) по курсу, зафиксированному в момент заключения сделки. Многие валютные операции основаны на комбинации сделок «спот» и «форвард», а также на сочетании валютных и депозитных операций.

Валютные резервы — официальные запасы иностранной валюты в центральном банке и финансовых органах страны либо в международных валютно-кредитных организациях; предназначены для осуществления международных расчетов.

Валютные рынки — официальные центры, где сосредоточена купля-продажа валют. Основной операцией валютных рынков являются международные расчеты по внешней торговле, туризму, услугам, частным переводам, движению капиталов и другие расчеты, предполагающие куплю-продажу иностранной валюты.

Валютные соглашения — двусторонние или многосторонние соглашения между государствами относительно их взаимных прав и обязанностей по урегулированию валютных отношений. Как правило, содержат общие и конкретные нормы по осуществлению международных расчетов и кредитования.

Валютные стабилизационные фонды – государственные фонды в золоте, иностранной и

национальной валюте, используемые в странах для проведения валютной интервенции в целях воздействия на валютные курсы.

Валютные ценности — ценности, в отношении которых валютным законодательством установлен особый ограничительный режим обращения на территории страны.

Валютный арбитраж — валютные операции между банками, представляющие покупку (продажу) валют с последующим совершением обратной сделки в целях получения прибыли за счет разницы в курсах: 1) на разных валютных рынках (пространственный); 2) за счет колебаний курса в течение определенного промежутка времени (временной). Основной принцип валютного арбитража — купить валюту дешевле и продать ее дороже.

Валютный демпинг — использование обесценения национальной валюты с целью массового

экспорта товаров по ценам ниже среднемировых, служит средством борьбы за рынки сбыта.

Валютный кризис – резкое обострение противоречий в валютной сфере, проявляющееся в резких

колебаниях валютных курсов, быстрых и значительных по масштабам перемещениях валютных резервов, девальвациях и ревальвациях валют, резком ухудшении международной валютной ликвидности.

Валютный курс – соотношение между денежными единицами разных стран, определяемое их покупательной способностью и рядом других факторов. Внешне валютный курс представляется как «цена» денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах других стран. Определение

валютного курса, т.е. котировка, определяется банками на основе соотношения спроса и предложения валют. В целях извлечения прибылей от валютных операций банки устанавливают при покупке и продаже иностранных валют «курс продажи» (высший) и «курс покупки» (низший), отличающийся от среднего курса на доли процента, но ввиду масштабов валютных операций приносящих банкам существенную прибыль.

Валютный паритет — соотношение между двумя валютами, устанавливаемое в законодательном порядке, является основой валютного курса, который обычно отклоняется от паритета.

Валютный риск – опасность потерь, связанных с изменением курса иностранной валюты по

отношению к национальной валюте при проведении внешнеторговых, кредитных операций, операций на фондовых и товарных биржах; возникает, как правило, при наличии открытой валютной позиции.

Варрант – производная ценная бумага, дающая право ее владельцу купить акцию или облигацию выпустившего ее эмитента по заранее определенной цене в течение определенного периода времени. Варранты могут выпускаться отдельно и вместе с основной ценной бумагой.

Векселедержатель — владелец векселя, имеющий право на получение указанной в нем денежной суммы.

Вексель – документ, составленный по законодательно установленной форме и содержащий

безусловное абстрактное денежное обязательство.

Взаимно-сберегательные банки — разновидность кооперативных банковских учреждений в США. Возникли в начале XIX в. в целях мобилизации мелких сбережений населения. Акционерного капитала не имеют, так как первоначальный капитал возвращен учредителям. Основной вид активных операций — ипотечное кредитование и потребительский кредит.

Взаимные расчеты — один из способов платежей в безналичных расчетах. В их основе лежит зачет взаимных требований.

Вкладное (депозитное) свидетельство — документ, подтверждающий взнос денег в кредитное учреждение, по которому они могут быть истребованы. Реквизиты вкладного свидетельства следующие: сумма вклада, дата внесения, фамилия вкладчика, реквизиты кредитного учреждения, характер вклада, размер процентной ставки.

Вкладчик — владелец денежной суммы, внесенной на хранение в кредитное учреждение.

Вклады – денежные средства юридических и физических лиц, внесенные для хранения в кредитные учреждения на определенных условиях.

Вклады в иностранной валюте – средства в иностранной валюте, находящиеся на хранении в кредитной организации.

Вклады до востребования — денежные средства, вносимые на хранение в кредитные учреждения без указания срока хранения.

Внешнеторговые банки – разновидность специальных кредитных институтов, которые

осуществляют кредитование экспорта, страхование экспортных кредитов.

Внешние займы — основная форма международного кредита; займы, полученные от зарубежных кредиторов или предоставленные иностранным заемщикам, при осуществлении которых возникают кредитные отношения между государствами, банками, учреждениями, международными организациями.

Внешний (дистанционный) анализ - изучение состояния контрагента на межбанковском рынке, финансового состояния клиентов банка на основании доступной информации.

Внутренний анализ - изучение состояния банка на основании данных не только синтетического, но и аналитического учета, использование данных внесистемного учета, возможность получения дополнительной информации и реальной оценки качества этой информации.

Вторичная информация - информация, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей. Ср. Первичная информация.

Внутрибанковский контроль – система обеспечения правильности совершения расчетных,

кредитных, кассовых операций в учреждениях банка.

Возвратность кредита — специфическое свойство, объективно присущее кредиту как экономической категории, которое характеризует возвращение стоимости, полученной во временное пользование к своему владельцу.

Выдача ссуд – предоставление банком денежных средств взаймы юридическим и физическим лицам для оплаты счетов за полученные ценности, оказанные услуги и выполненные работы, формирование производственных фондов и осуществление иных затрат.

Гарантийное обязательство — выдается гарантом кредитору в обеспечение своевременной уплаты причитающейся с должника суммы.

Гарантированный кредит — кредит, предоставленный одними предпринимателями другим под гарантию банков, фирм или правительственных органов. К нему прибегают в том случае, если плательщик не уверен в платежеспособности покупателя.

Гарантия банковская — поручительство банка-гаранта ?а выполнение своим клиентом денежных обязательств. Означает, что банк берет на себя обязательство в случае неуплаты клиентом в срок причитающихся с него платежей произвести платеж за свой счет.

Гиперинфляция — резкий рост товарных цен и денежной массы в обращении, ведущий к существенному обесценению национальной денежной единицы, расстройству платежного оборота и нарушению сложившихся хозяйственных связей. Оказывает крайне отрицательное влияние на состояние экономики — усиливает диспропорции развития, порождает чрезмерный спрос на реальные ценности, развивает спекуляцию, ускоряет «бегство капиталов». Способом прекращения является проведение денежной реформы.

Годовой отчет ЦБ РФ (Банк России) — отчет об итогах деятельности всех учреждений банка за истекший календарный год. Один из видов экономической работы ЦБ РФ.

Государственные банки кредитные учреждения, находящиеся В собственности государства. Существенная роль принадлежит центральным банкам, осуществляющим регулирование экономики, контроль за деятельностью коммерческих банков, оказывающих влияние на операции, осуществляющих финансирование международные кредитные правительственных программ.

Государственный банк России — центральный банк России. Учрежден в 1860 г. с капиталом 15 млн рублей. К 1879 г. его капитал был увеличен до 25 млн рублей, а в 1895 г. — до 50 млн рублей. На первом этапе банк не был эмиссионным. С завершением денежной реформы 1895 —1897 гг. стал эмиссионным банком, получив право выпуска кредитных билетов. Однако в отличие от центральных эмиссионных

банков других стран Государственный банк России продолжал оставаться и крупнейшим коммерческим банком в России. После революции на его базе и слившихся с ним национализированных акционерных банков был образован Народный банк РСФСР.

Государственный банк СССР (Госбанк СССР) — эмиссионный, кредитный, расчетный и кассовый центр СССР. Создан Ленинским декретом от4 октября 1921 г. (Государственный банк РСФСР), реорганизован в 1923 г. в Госбанк СССР. В 1991 г. Госбанк СССР преобразован в Центральный банк Российской Федерации с сохранением основных функций и задач.

Государственный заемный банк — учрежден в 1786 г. на основе реорганизации Государственного банка для дворянства. Выдавал ссуды из 5 % годовых под залог имений с крепостными, под залог каменных зданий в Петербурге и Москве.

Государственный коммерческий банк — создан в 1818 г. на базе реорганизованных учетных контор. Капитал 30 млн рублей. Осуществлял учет векселей и предоставление подтоварных ссуд, прием вкладов, переводные операции.

Государственный кредит — совокупность кредитных отношений, в которых одной из сторон является государство, а кредиторами или заемщиками — физические и юридические лица.

Государственный крестьянский поземельный банк — государственный ипотечный банк дореволюционной России. Учрежден в 1882 г. для выдачи ссуд крестьянам на покупку частных земель.

Графический метод - наиболее подходит для выявления тенденций, при этом не требуется трудоемкая работа по анализу динамических рядов. Часто используется при расчете точек безубыточности.

Двойной курс — метод государственного валютного регулирования, заключающийся в двойной котировке курса национальной валюты: отдельно по коммерческим и финансовым операциям.

Дворянские банки — государственные кредитные учреждения в царской России. Создавались правительством с целью поддержки помещичьего землевладения. Представляли долгосрочные кредиты в виде ссуд под залог дворянских имений.

Дебитор – юридическое или физическое лицо, имеющее денежную или имущественную задолженность.

Дебиторская задолженность – сумма задолженности, причитающаяся банку или иному юридическому лицу от юридических и физических лиц в итоге финансовых взаимоотношений с ними.

Девальвация — обесценение национальной валюты, выражающееся в снижении ее курса по отношению к иностранным валютам.

Декорт – скидка с цены товара за его досрочную оплату.

Демонетизация – утрата денежным металлом функций денег.

Денежная единица – установленный в законодательном порядке денежный знак. Элемент

национальной денежной системы.

Денежная масса в обращении – количественная характеристика движенияденег на определенную дату и за определенный период. **Денежное обращение** – движение денег в наличной и безналичной формах, обслуживающее

кругооборот товаров, а также нетоварные платежи и расчеты. Количество денег, необходимое в каждый данный момент для обращения, зависит от суммы цен товаров, подлежащих реализации, и скорости обращения денег.

Денежно-кредитная политика — совокупность мероприятий в области денежного обращения и кредита, направленных на регулирование экономического роста, сдерживание инфляции, обеспечение занятости и выравнивание платежного баланса.

Денежные знаки – представители действительных денег, исторически возникшие как знаки денежного товара, находящиеся в обращении.

Денежные реформы – полное или частичное преобразование денежной системы, проводимое государством с целью упорядочения и укрепления денежного обращения.

Денежные системы — формы организации денежного обращения в стране, сложившиеся исторически и закрепленные законодательно. Обычно включают следующие элементы: 1) денежную единицу; 2) масштаб цен; 3) виды денег; 4) порядок эмиссии и обращения денег; 5) аппарат, регулирующий денежное обращение.

Денежные средства в пути — денежная наличность, отправленная из касс юридических лиц кредитному учреждению для зачисления на счет этих юридических лиц, но не поступившая на счет в течение некоторого времени по условиям связи и доставки.

Денежные хранилища — специально оборудованные помещения для хранения находящихся в банках ценностей. Предназначены для хранения запасов денежных билетов и металлической монеты, а также денежной наличности оборотной и вечерней кассы.

Денежный агрегат – показатель объема и структуры денежной массы. Различают следующие денежные агрегаты:

М1 = (наличные деньги и средства на текущих банковских счетах);

M2 = (M1 + срочные и сберегательные вклады в коммерческих банках);

M3 = (M2 + сберегательные вклады в специализированных кредитных учреждениях);

L = (M3 + все прочие ликвидные ценности).

Денежный металл – благородный металл, за которым стихийно закрепляется роль денег. Обладает рядом специфических свойств; однородность, делимость, компактность, сохраняемость. Это делает его наиболее пригодным средством для выполнения функций денег.

Денежный оборот – проявление сущности денег в их движении. Охватывает процессы

распределения и обмена.

Днежный рынок — часть рынка ссудных капиталов, на котором осуществляются краткосрочные депозитно-ссудные операции, обслуживающие движение оборотного капитала фирм, краткосрочных банковских ресурсов, государства и частных лиц.

Денежный товар – товар, за которым в процессе развития обмена закрепилась роль денег как всеобщего эквивалента.

Деноминация — укрупнение национальной денежной единицы путем обмена по установленному соотношению старых денежных знаков на новые, в целях упорядочения денежного обращения.

Деньги – особый товар, стихийно выделившийся из товарного мира, служит всеобщим

эквивалентом. Сущность денег как экономической категории выражена в их функциях.

Депозитарий — банк или иное юридическое лицо, осуществляющее свою деятельность на рынке ценных бумаг; предоставляет услуги по хранению ценных бумаг, регистрации сделок с ценными бумагами, ведению реестров акционеров, а также другие услуги по поручению депонентов, связанные с реализацией прав, удостоверенных ценными бумагами, за исключением совершения сделок от имени и за счет депозитария или от имени депозитария за счет депонента.

Депозитные банки – разновидность банков, осуществляющих кредитнорасчетные и доверительные (трастовые) операции прежде всего за счет привлеченных депозитов. В основном занимаются краткосрочными ссудодепозитными операциями, в отличие от инвестиционных банков, осуществляющих средне- и долгосрочные операции.

Депозитные операции — операции кредитных учреждений по привлечению денежных средств во вклады и их размещению в межбанковские кредиты. Различаются на пассивные и активные операции. Пассивные операции заключаются в привлечении средств юридических и физических лиц во вклады до востребования и на определенный срок. Основной источник банковских ресурсов. Активные операции представляют собой размещение временно свободных ресурсов одних банков в других кредитных учреждениях. Обычно это размещение осуществляется в форме межбанковских кредитов.

Депозитный сертификат – письменное свидетельство кредитного учреждения о депонировании денежных средств, удостоверяющее право вкладчика на его получение.

Депозиты:

- 1) вклады в банки и сберегательные банки;
- 2) записи в банковских книгах, подтверждающие определенные требования клиентов к банку;
- 3) передаваемые на хранение в кредитные учреждения ценные бумаги.

Депонирование – сдача на хранение в кредитные учреждения денежных сумм, ценных бумаг и других ценностей.

Депорт — биржевая сделка на срок, заключаемая на фондовой бирже спекулянтами в расчете на понижение курса ценных бумаг с целью получения курсовой разницы.

Дефлятор — один из индексов роста цен, используется в качестве коэффициента пересчета в неизменные цены. Рассчитывается по любой товарной группе.

Дефляционная политика — совокупность регулирующих мероприятий государства в области государственных финансов и денежно-кредитной сфере, имеющая целью сдерживание инфляции.

Дефляция — процесс сдерживания роста денежной массы в обращении. Для ее проведения используются следующие механизмы:

- 1) повышение налогов в целях увеличения доходов государства и сокращения покупательной способности населения;
- 2) уменьшение расходов государства на социально-культурные мероприятия;
- 3) замораживание заработной платы;
- 4) продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке;
- 5) повышение банковских учетных ставок и норм обязательных резервов банка.

Джобберы — дилеры Лондонской фондовой биржи. В отличие от дилеров других бирж не имеют право выполнять функции брокеров и осуществлять операции непосредственно с клиентами.

Диверсификация — распределение инвестируемых или ссужаемых денежных капиталов между различными объектами вложений с целью снижения риска возможных потерь капитала или доходов от него.

Дивиденд — часть прибыли акционерного общества, ежегодно распределяемая между акционерами после уплаты налогов, отчислений на развитие производства, пополнение резервов, выплаты процентов по облигациям и вознаграждения директорам.

Дизажио — отклонение биржевого курса ценных бумаг или денежных знаков в^торону понижения по сравнению с их номинальной стоимостью. Отклонение курса от номинала в сторону повышения называется лаж.

Дилеры — члены фондовой биржи и банки, занимающиеся куплей-продажей ценных бумаг, валют, драгоценных, металлов; действующие от своего имени и за собственный счет.

Дисконт:

1) в банковской практике: учетный процент, взимаемый банком при учете векселей. Представляет собой выраженную в процентах разницу между суммой векселя и суммой, уплачиваемой банком при покупке векселя до наступления

срока платежа. Дисконт, взимаемый центральным банком с кредитных учреждений при переучете коммерческих векселей, является официальной учетной ставкой; 2) в практике валютного рынка: в срочных валютных сделках – скидка с курса валюты по наличным операциям;

3) в практике фондовой биржи: разница между номиналом ценной бумаги и ее биржевым курсом.

Дисконтная (учетная) политика — одна из форм денежно-кредитной политики центрального банка, направленная на государственное регулирование экономики. Осуществляется путем повышения или понижения официальной учетной ставки в целях воздействия на объем кредита в стране, темп инфляции и т.п.

Доверенность по вкладу – распоряжение вкладчика, дающее другому лицу право на получение в банке всего или части вклада.

Доверительно-сберегательные банки – разновидность кооперативных банковских учреждений в Великобритании. Возникли в начале XIX в. в целях привлечения мелких сбережений населения для кредитования государства.

Доверительные (трастовые) операции – операции банков по управлению имуществом и выполнению иных услуг в интересах и по поручению клиентов на правах доверенного лица.

Доверительные паевые фонды – кредитно-финансовые учреждения в странах, аккумулирующие мелкие сбережения населения и вкладывающие их в акции и облигации.

Документооборот в банках — комплекс банковских норм и правил, определяющий прохождение документов по подразделениям банка, порядок их обработки и оформления при совершении банковских операций.

Долговое обязательство – документ, выдаваемый заемщиком кредитору при получении ссуды.

Долгосрочные займы – займы с длительными сроками погашения (более 5 –10 лет). Привлекаются путем выпуска и размещения долговых обязательств с соответствующими сроками погашения.

Долгосрочный кредит — предоставляется в виде ссуд банками на длительные сроки (от 5 лет и более).

Долларовый стандарт – валютная система, основанная на господстве доллара США. Утвердилась после второй мировой войны в рамках Бреттон-Вудсского соглашения.

Домицилированный вексель — вексель, имеющий оговорку о том, что подлежит оплате третьим лицом в месте жительства плательщика.

Досрочное взыскание ссуд — истребование банком выданных ссуд до наступления установленного срока. Производится по инициативе банка в случае нарушения заемщиком условий кредитного договора.

Досрочное регулирование ссудного счета — внеочередное, ранее предусмотренного срока регулирование задолженности по ссудам банка, производимое по инициативе банка или заемщика.

Дрезднер Банк – частный коммерческий банк Германии. Входит в «большую тройку» банков страны. Основан в 1870 г. Правление банка – во Франкфуртена-Майне. Операции носят универсальный характер.

Дубликат — второй экземпляр документа, имеющий одинаковую с подлинником юридическую силу.

Евровалюты — иностранные валюты, в которых коммерческие банки осуществляют безналичные депозитно-ссудные операции за пределами стран эмитентов этих валют.

Еврокредиты – международные займы, которые предоставляются крупными коммерческими банками за счет ресурсов евровалютного рынка.

Еврооблигации — долговые обязательства, выпускаемые заемщиком при получении долгосрочного займа на еврорынке, разновидность ценных бумаг.

Еврорынок – международный рынок ссудных капиталов, на котором операции осуществляются в евровалютах. Возник в Западной Европе в конце 50-х гг.

Европейская валютная единица (ЕВРО) – валютная единица членов Европейского

экономического, валютного и политического союза.

Единые базовые индикаторы межбанковских кредитов – система показателей стоимости межбанковских кредитов в Российской Федерации. Используются ЦБ РФ при разработке денежно- кредитной политики, а также банками, биржами и другими участниками рынка в качестве ориентира стоимости межбанковских кредитов при проведении различных операций, в том числе при заключении фьючерсных контрактов. В систему единых базовых индикаторов входят: МИБОР — средняя объявленная процентная ставка по предоставлению межбанковских кредитов; МИБИД — средняя объявленная процентная ставка по

привлечению межбанковских кредитов; МИАКР – средневзвешенная фактическая ставка по предоставленным межбанковским кредитам. Ставки МИБОР, МИБИД и МИАКР рассчитываются на основе данных коммерческих банков.

Жирорасчеты – разновидность безналичных расчетов, проводимых банками и сберегательными кассами развитых стран путем перечисления сумм с одного счета на другой.

Жироцентрали – разновидность кредитных учреждений, выполняющих функции центральных банков для муниципальных сберегательных касс в Германии.

Жирочеки — чеки, содержащие приказ чекодателя банку о перечислении с его жиросчета на счет чекодержателя определенной суммы денег. Распространены в Германии и Франции.

Заем – договор, по которому одна сторона (заимодавец) передает в собственность или оперативное управление другой стороне (заемщику) оговоренную денежную сумму, а заемщик обязуется указанную сумму возвратить.

Закладная — документ о залоге должником недвижимого имущества, дающий кредитору право продажи заложенного имущества с торгов при неуплате ему долга в срок. Обязательно нотариальное заверение закладной.

Закладное свидетельство — документ о залоге должником движимого имущества. Составляется в случае, когда имущество остается у его собственника.

Заключительные обороты — обороты по счетам, относящимся к истекшему году, но произведенные в начале нового года, до установленного срока предоставления годового отчета. На документах по заключительным оборотам ставятся две даты: фактическая дата совершения операции в новом году и 31 декабря истекшего года.

Законные платежные средства — денежные знаки, которые по закону являются обязательными к приему в погашение долга на территории данной страны.

Закрытие счетов в банках — прекращение действия расчетных и текущих счетов юридических лиц по их заявлениям либо по инициативе банка. При закрытии счета чековые книжки с неиспользованными чеками возвращаются банку.

Залог – способ обеспечения обязательства.

Залоговые операции — операции банков по предоставлению ссуд под залог товаров в обороте и товаров в переработке.

Зачет – погашение в пределах равных сумм взаимных платежных обязательств двух или нескольких юридических лиц. Цель зачета – сокращение взаимной задолженности, ускорение расчетов и достижение экономии в платежных средствах.

Заявление на-выдачу ссуды — письменное обращение заемщика в обслуживающий коммерческий банк с просьбой о выдаче ссуды и приемлемых условиях ее получения.

Земельные банки — банки, выдающие долгосрочные ссуды под залог земли и другой недвижимости. В дореволюционной России функционировали акционерные и государственные земельные банки. Льготным кредитованием поддерживалось помещичье землевладение, а также стимулировалось развитие крестьянских хозяйств.

Земские кассы сельского кредита – разновидность учреждений мелкого кредита в России, создававшихся при уездных земствах на основе закона от 7 июля 1904 г. для обслуживания крестьян и сельских ремесленников.

Золотая валюта – денежная единица, непосредственно разменная на золото. В XIX в. Золотой валютой являлись валюты стран, законодательно закрепивших золотой стандарт.

Золотая квота – в Международном валютном фонде часть взноса страны – члена МВФ, которая оплачивалась золотом.

Золотая оговорка — одна из разновидностей защитных оговорок, включавшихся в международные кредитные, платежные и торговые соглашения, в которых обычно фиксировалось золотое содержание валюты платежа.

Золото — валютные резервы — официальные запасы золота и иностранной валюты в центральном банке и финансовых органах страны.

Золотое содержание денежной единицы — весовое содержание чистого золота, закрепленное законом за национальной денежной единицей. В настоящее время отменено практически во всех странах.

Золотой запас — централизованный резерв золота в слитках и монетах в распоряжении финансовых органов государства либо международных валютно-кредитных организаций. Хранится в качестве страхового фонда для получения при необходимости международных платежных средств путем продажи металла либо передачи его в залог.

Золотой паритет — соотношение денежных единиц разных стран по их официальному золотому содержанию при золотом стандарте.

Золотой рубль – денежная единица, введенная в России денежной реформой 1895 –1897 гг., установившей в стране золотой монометаллизм. Золотой рубль был объявлен основной денежной единицей России и его золотое содержание зафиксировано в 17,424 доли (0,774234 г) чистого золота. С начала первой мировой войны размен кредитных билетов на золото был прекращен, и золотые монеты ушли из обращения в сокровище.

Золотой стандарт — форма организации денежно-валютных отношений, основанная на

использовании золота как денежного товара.

Золотообрезные ценные бумаги — английские правительственные ценные бумаги, традиционно оформляемые золотым обрезом.

Золотые аукционы — продажа золота с публичных торгов. Как правило, проводятся либо по «голландскому» методу, когда продавец устанавливает единую цену, по которой удовлетворяются заявки с более высокими ценами; либо по «классическому» методу, когда покупатели, в чьих заявках указана цена более высокая, чем цена продавца, получают золото по заявленной ими цене.

Золотые сертификаты — свидетельство о депонировании золота в банке. Подлежат свободному размену на обозначенное в них количество золота либо денежный эквивалент золота по рыночной цене.

Изъятие денег из обращения — элемент эмиссионно-кассового регулирования, характерной чертой которого является перечисление денег из оборотной кассы ЦБ РФ в резервные фонды.

Импортируемая инфляция — инфляция, вызываемая воздействием внешних факторов — чрезмерным притоком в страну иностранной валюты и повышением импортных цен.

Инвестиции — совокупность денежных долгосрочных вложений в промышленность и иные отрасли хозяйства. Целью инвестиционной деятельности является получение предпринимательского дохода или процента.

Инвестиционные банки — разновидность специальных кредитных институтов, мобилизующих долгосрочный ссудный капитал и предоставляющих его заемщикам посредством выпуска и размещения облигаций или других видов заемных обязательств. Инвестиционные банки выступают не просто посредниками между заемщиками и инвесторами: в роли гарантов эмиссий и организаторов рынка они

покупают и продают крупные пакеты акций и облигаций за свой счет, предоставляют кредиты покупателям ценных бумаг.

Инвестиционные компании — разновидность кредитно-финансовых институтов, которые аккумулируют денежные средства частных инвесторов путем эмиссии собственных ценных бумаг и размещают их в акции и облигации предприятий своей страны и за рубежом.

Инвестиционный портфель — совокупность ценных бумаг, приобретенных банком в ходе активных операций. Формирование инвестиционного портфеля осуществляется с учетом задачи обеспечения ликвидности банка.

Индекс Доу Джонса — средний показатель курсов акций группы крупнейших компаний США, публикуемый фирмой Доу Джонс энд компани с конца XIX в. Представляет собой среднюю арифметическую ежедневных котировок определенной группы компаний на момент закрытия биржи.

Индексация — способ сохранения реальной величины денежных требований и различных доходов в условиях инфляции.

Индоссамент — передаточная надпись на ценной бумаге (обычно векселе), удостоверяющая переход прав по этому документу к другому лицу. Проставляется на обороте документа ил и на добавочном листе.

Инкассатор – работник, доставляющий из кассы предприятия деньги в банк или из банка в кассу предприятия.

Инкассо — банковская операция, посредством которой банк по поручению своего клиента получает на основании расчетных документов причитающиеся ему денежные средства от других предприятий и зачисляет эти средства на его счет в банке.

Инкассовое поручение — расчетный документ, составляемый банком, финансовыми органами, предприятиями и организациями в тех случаях, когда им предоставляется право на бесспорное списание средств.

Инструкция «**Q**» – инструкция Федеральной Резервной Системы США, определявшая 1980 г верхние границы процентных ДО ставок ДЛЯ сберегательных и срочных депозитов; В настоящее время запрещает выплачивать процентные доходы по вкладам «до востребования».

Интервенционные операции — одна из форм вмешательства центральных банков в кредитно- финансовую и валютную сферу путем регулирования

спроса и предложения на кредит, ценные бумаги, национальную и иностранную валюту.

Инфляция — обесценение денег, вызванное переполнением денежными знаками каналов денежного обращения и проявляющееся в неравномерном росте цен на товары и услуги.

Ипотека – разновидность залога недвижимого имущества (в основном земли) с целью получения ссуды. Для ипотеки характерно: оставление имущества в руках должника, возможность получения под залог одного и того же имущества добавочных ипотечных ссуд под вторую, третью закладную; обязательная регистрация залога.

Ипотечные банки – банки, специализирующиеся на выдаче долгосрочных ссуд под залог недвижимости – земли и городских строений.

Ипотечные облигации — долгосрочные ценные бумаги, выпускаемые под обеспечение недвижимым имуществом и приносящие твердый процент.

Ипотечный кредит – долгосрочные ссуды, выдаваемые под залог недвижимости.

Ипотечный рынок — составная часть рынка ссудных капиталов, где аккумулируются долгосрочные денежные накопления путем выпуска ипотечных облигаций, используемых для предоставления кредитов под залог недвижимости.

Исполнение кассового плана ЦБ РФ – комплекс мероприятий по оперативному регулированию денежного обращения, обеспечению соответствия между расходами и поступлениями наличных денег в кассы банка, предусмотренные кассовым планом.

Казначейские билеты – бумажные деньги, выпускаемые казначейством, как правило, для покрытия бюджетного дефицита.

Казначейские боны — вид средне- и долгосрочных государственных обязательств. Выпускаются казначействами на срок от 5 до 25 лет, обычно на предъявителя.

Казначейские векселя — основной вид краткосрочных обязательств государства. Выпускаются сроком на 3, 6 и 12 месяцев, на предъявителя; не

имеют процентных купонов. Реализуются среди банков со скидкой с номинала, а выпускаются по полной нарицательной стоимости. Эмиссия и погашения производятся регулярно центральными банками по поручению казначейства.

Казначейство — специальный государственный финансовый орган, в функции которого входит составление проекта государственного бюджета и его исполнение, управление государственным долгом, а также эмиссия государственных ценных бумаг.

Капитал акционерного общества – совокупность индивидуальных капиталов, объединенных посредством выпуска и размещения акций и облигаций.

Картотека расчетных документов, не оплаченных в срок, – предназначается для хранения и учета расчетных документов, не оплаченных из-за отсутствия у плательщика собственных средств.

Кассовая книга – форма для отражения операций с наличными деньгами.

Кассовая наличность – наличные деньги в кассах предприятий и банков.

Кассовая сделка – разновидность операций с ценными бумагами, совершаемая на фондовой бирже, особенность которой заключается в том, что ценные бумаги оплачиваются и передаются покупателю, как правило, в день заключения сделки.

Кассовое исполнение бюджета — организация и осуществление в процессе исполнения бюджета приема, хранения и выдачи бюджетных средств, ведение учета и отчетности.

Кассовое обслуживание банком — обеспечение учреждениями банка потребностей предприятий и организаций в наличных деньгах и прием от них выручки и других поступлений наличных денег.

Кассовые операции – операции, связанные с приемом, выдачей и пересчетом наличных денег кассами банков.

Кассовые подкрепления — пополнение оборотной кассы учреждений банков наличными деньгами из резервных фондов.

Кассовый ордер — денежный документ, которым оформляются кассовые операции по приему и выдаче наличных денег предприятиями и организациями.

Кассовый план банка — документ, определяющий объем и источники поступлений наличных денег в кассу банка, размеры и целевое направление выдачи денег из кассы, сумму выпуска денег или изъятие их из, обращения.

Качественный анализ - исследование причин изменения банковской прибыли, изучение факторов, влияющих на качество портфелей и отдельных активов, анализ величины и причин возникновения и банковских рисков.

Количественный анализ - изучение абсолютных и относительных показателей, анализ трендов показателей, сравнительный анализ показателей.

Коммуникационная политика - система средств взаимодействия банка с потенциальными потребителями, направленная на их побуждение приобретать банковские услуги.

Конкурентная позиция - положение, которое то или иное предприятие занимает в своей отрасли в соответствии с результатами своей деятельности и со своими преимуществами и недостатками по сравнению с другими предприятиями.

Конкурентная стратегия - совокупность правил, которым должна следовать организация (банк) для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности.

Конкурентоспособность банковского продукта - совокупность его качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя.

Контроллинг - обеспечение количественных и качественных оценок результатов работы путем наблюдения, проверки, анализа и учета всех сторон деятельности предприятия, необходимых для корректировки принятых решений, планов, норм и нормативов.

Концепция интенсификации коммерческих усилий (selling concept) - исходит из того, что потребители не будут покупать товары фирмы в достаточных количествах, если она не предпримет достаточных усилий в сфере сбыта и стимулирования.

Концепция маркетинга (marketing concept) - исходит из того, что залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей

условных рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами.

Координация - достижение согласованности действий всех подразделений организации путем установления между ними оптимальных связей (коммуникаций).

Корпоративная миссия - определяется кругом удовлетворяемых потребностей, совокупностью потребителей, выпускаемой продукцией, конкурентными преимуществами.

Кривая спроса - графическое изображение спроса, т.е. различное количество товара (услуг) в единицу времени, которое потребитель хочет купить при всех возможных ценах.

Квазиденьги — **по** методологии международного валютного фонда денежные средства в безналичной форме, находящиеся на срочных и сберегательных вкладах в коммерческих банках.

Квота в международном валютном фонде – доля участия страны – члена МВФ в капитале Фонда. В зависимости от нее определяется число голосов в руководящих органах, СДР при распределении, условия получения кредитов.

Клиенты банка — юридические и физические лица, обращающиеся в банк для совершения кредитных, вкладных, расчетных, валютных и других операций.

Клиринг — система безналичных расчетов, основанная на зачете взаимных требований. Различают межбанковский и валютный клиринг. Межбанковский клиринг представляет собой расчеты между банками путем зачетов взаимных денежных требований юридических лиц одной страны. Валютный клиринг — система расчетов по внешнеторговым операциям между двумя или несколькими странами.

Клиринговая палата — специализированная межбанковская организация, призванная обеспечивать регулярные безденежные расчеты между банками, основанные на взаимном зачете встречных денежных требований и обязательств юридических лиц (банковских клиентов) за товары, ценные бумаги и оказанные услуги с последующим переводом сальдо, что позволяет ускорить и упростить расчеты.

Клиринговые банки — традиционное название группы крупнейших депозитных банков Великобритании, осуществляющие взаимные расчеты через клиринговую палату.

Комиссионные операции банков – операции, выполняемые банками по поручению

клиентов за определенную плату – комиссию.

Комиссия – в банковской практике плата коммерческому банку за проведение операций, выполняемых по поручению и за счет клиентов.

Комитент — сторона в договоре комиссии, поручающая другой стороне (комиссионеру) совершить за вознаграждение одну или несколько сделок.

Коммерческая тайна — право юридического лица, в том числе и банка, на сохранение втайне производственных, торговых, вкладных и финансовых операций.

Коммерческие банки — важное звено кредитно-банковской системы, осуществляющее

универсальные банковские операции для юридических и физических лиц.

Коммерческий кредит — кредит, предоставляемый в товарной форме продавцами покупателям в виде отсрочки платежа за проданные товары.

Конвертируемая валюта — денежные единицы, свободно обмениваемые на другие национальные валюты и международные платежные средства.

Консорциальный банк — совместное многонациональное банковское предприятие акционерного типа, принадлежащее нескольким банкам, финансовым компаниям, причем доля участия в капитале каждым участником не должна превышать 50 %.

Консорциумы банков – группа банков, временно организованная одним из наиболее крупных банков – главой консорциума – для совместного проведения кредитных, гарантийных или иных банковских операций. Создание консорциума позволяет объединить ресурсы его участников для проведения крупных кредитных операций и ограничить размер потерь для каждого участника в случае неплатежа заемщиком.

Контокоррентный счет — единый счет, на котором учитываются все операции банка с клиентом. Представляет собой сочетание ссудного счета с расчетным и может иметь дебетовое или кредитовое сальдо.

Кооперативные банки – специальные кредитно-финансовые институты, создаваемые

товаропроизводителями на долевых началах для удовлетворения взаимных потребностей в кредите и других банковских услугах. По кругу выполняемых операций приближаются к коммерческим банкам.

Корреспондентские отношения — договорные отношения между кредитными учреждениями с целью осуществления платежей и расчетов по поручению друг друга.

Корреспондентский счет — счет, на котором отражаются расчеты, производимые одним кредитным учреждением по поручению и за счет другого на основе заключенного договора о корреспондентских отношениях.

Котировка – установление курсов иностранных валют ценных бумаг или цен товаров на биржах в соответствии с действующим законодательством и сложившейся практикой.

Котировка облигаций — установление курсовой цены облигаций, по которой они продаются и покупаются на фондовой бирже.

Коэффициент ликвидности — соотношение различных статей актива баланса кредитного учреждения с определенными статьями пассива или, наоборот, пассивов с активами. Показатель, характеризующий ликвидность банков, который они обязаны поддерживать на определенном уровне.

Коэффициент наличности – количественное соотношение кассовых активов и краткосрочных пассивов, отражаемых в балансе банка.

Краткосрочный кредит – один из видов кредита, охватывающий ссуды, сроки которых, как правило, не выходят за пределы 12 месяцев и удовлетворяющий кратковременные потребности ссудополучателя в заемных средствах.

Кредит – ссуда в денежной или товарной форме на условиях срочности, возвратности и уплаты процента; выражает отношения между кредитором и заемщиком.

Кредитная дисциплина — соблюдение заемщиком правил кредитования и обязательств, вытекающих из условий кредитной сделки.

Кредитная карточка — именной денежный документ, выпущенный банковским или иным кредитным учреждением, удостоверяющий наличие в соответствующем учреждении счета владельца кредитной карточки и дающий право на приобретение товаров и услуг в розничной торговой сети без оплаты наличными деньгами.

Кредитная линия — юридически оформленное обязательство банка или другого кредитного учреждения перед заемщиком предоставлять ему в течение определенного периода кредиты в пределах согласованного лимита.

Кредитная система – совокупность банков и иных кредитно-банковских институтов, а также совокупность отношений, организуемых этими институтами.

Кредитное соглашение — договор между кредитором и заемщиком, определяющий размер и условия предоставления кредита, а также права и обязанности субъектов кредитных отношений. В кредитном соглашении обычно фиксируются размер и валюта кредита, порядок его использования, сроки и формы погашения, процентная ставка и т.д.

Кредитные аукционы — особый вид аукционов, связанный с куплей-продажей кредитных ресурсов. Кредитные аукционы проводятся, как правило, центральными банками в виде рефинансирования коммерческих банков. Существуют две основные модели проведения кредитных аукционов: американская и голландская. При американском способе заявки коммерческих банков удовлетворяются по процентным ставкам, предполагаемым банками в заявках; при голландской модели все заявки удовлетворяются по последней процентной ставке, которая войдет в список удовлетворенных заявок.

Кредитные билеты – знаки стоимости, выпускаемые центральными банками.

Кредитные деньги — форма денег, порожденная развитием кредитных отношений, основа современного платежно-расчетного механизма.

Кредитный риск – риск неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору. Защита от кредитного риска осуществляется путем

лимитирования кредитов, диверсификации кредитных вложений, получения достаточного обеспечения по выдаваемым кредитам, изучения платежеспособности заемщика, оперативности при взыскании долга.

Кредитование по обороту — метод краткосрочного банковского кредитования, при котором движение кредита определяется поступлением и расходованием материальных ценностей.

Кредитование по остатку – метод краткосрочного банковского кредитования, при котором выдача и погашение кредита связаны с изменением остатка кредитуемых ценностей.

Кредитор – один из участников кредитных отношений, выступает как субъект, предоставляющий ссуду.

Кредиторская задолженность — денежные средства, временно привлеченные юридическим лицом и подлежащие возврату соответствующим юридическим и физическим лицам.

Кредитоспособность — наличие предпосылок для получения кредита, способность его возвратить. Определяется показателями, характеризующими его аккуратность при расчетах по ранее полученным кредитам, текущее финансовое положение и перспективы его изменения, способность при необходимости мобилизовать денежные средства из различных источников для погашения кредиторской задолженности.

Кредиты «Стэнд-Бай» Международного валютного фонда — предоставляются странам — членам МВФ на основе специального соглашения на срок до 12 месяцев. По данному соглашению страна — член МВФ получает право автоматически и в любое время приобрести у МВФ иностранную валюту в обмен на национальную в пределах заранее согласованной суммы и в течение оговоренного срока.

Кросс-курс — соотношение между двумя валютами, которое определяется на основе курса этих валют по отношению к какой-либо третьей валюте.

Купон – часть ценной бумаги в виде отрезного талона, содержащая право на получение по наступлении указанного в ней срока определенной суммы процентов.

Курс золотого рубля – исчисленная в денежных знаках цена приобретавшегося Госбанком золота. Введен Постановлением СНК от 29 апреля 1922 г. Постановлением от 25 августа 1922 г. этот курс был отменен.

Курс ценных бумаг — цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги. Курс ценной бумаги прямо пропорционален норме доходности ценных бумаг — приносимому ими дивиденду и обратно пропорционален существующему уровню ссудного процента (дивиденд/ссудный процент), т.е. равен сумме денег, которая будучи предоставленной в кредит приносит в виде процента доход, равный доходу от ценной бумаги.

Курсовая разница (валютная разница) — возникает в результате изменения курсов валют при ликвидации открытой валютной позиции или ее переоценке.

Куртаж — вознаграждение брокеру за посредничество при совершении биржевой сделки.

Лаж, а жио:

- 1) надбавка к ценезолота, которая при золотом обращении стихийно устанавливается на рынке в результате обесценения бумажных знаков стоимости по отношению к золоту;
- 2) превышение рыночных курсов денежных знаков, векселей, ценных бумаг по сравнению с их нарицательной стоимостью (здесь обычно применяется термин а жио).

Лизинг – долгосрочная аренда машин, оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения. Обеспечивает возможность получить необходимое оборудование промышленным, компаниям без значительных единовременных затрат денежных средств, неизбежных при обычной Лизинговые покупке. операции ΜΟΓΥΤ осуществлять как специализированные лизинговые компании, так и крупные коммерческие банки.

Ликвидность банков — способность банков обеспечить своевременное выполнение своих обязательств. Определяется сбалансированностью активов и пассивов баланса банка, степенью соответствия сроков размещения активов и привлеченных банком пассивов. Проблемы с ликвидностью банка возникают в

связи с практикой выдачи банковских кредитов на сроки более длительные, чем сроки привлечения средств. Необходимость повышения ликвидности приводит к снижению рентабельности банков.

Ликвидность фирм — способность фирм своевременно погашать свои долговые обязательства; зависит от величины задолженности, а также объема ликвидных средств.

Ликвидные активы — наличные деньги, золото, остатки средств на корреспондентском счете банка, частные государственные ценные бумаги, коммерческие векселя и другие легко реализуемые средства банков.

Ликвидные средства — денежные средства и другие активы, которые могут быть использованы для погашения долговых обязательств.

Лимит выдач — предельная сумма кредита, которая может быть предоставлена заемщику в планируемом периоде.

Лимитед, Лтд — термин, обозначающий ограниченную ответственность компании или банка по обязательствам (обычно в пределах акционерного или паевого капитала).

Лимиты валютных операций — предельные суммы совершения валютных операций банками с определенными партнерами. Устанавливаются самими банками с целью ограничения риска неплатежа исходя из оценки финансового положения партнеров, политических факторов и связанных с ними рисков.

Лимиты кредитования — предусмотренные в договоре предельные суммы кредита, которые заемщик имеет право получить в банке.

Листинг – процедура допуска ценной бумаги на фондовую биржу. Требования к ценным бумагам, допускаемым к котировке на фондовой бирже, устанавливаются каждой биржей индивидуально.

Лицевые счета в кредитных учреждениях — выходные банковские документы, отражающие все денежно-кредитные и расчетные отношения банков с их клиентами.

Лицензия – разрешение, выдаваемое государственными органами на ведение некоторых видов хозяйственной деятельности (в том числе банковской).

Ллойдз Бэнк — один из крупнейших банков Великобритании. Входит в «большую четверку», является членом лондонской расчетной палаты. Основан в 1765 г. как частная компания Тэйлор энд Ллойд.

Ломбардный кредит — краткосрочный кредит под залог легко реализуемого движимого имущества.

Ломбарды – кредитные учреждения, ссужающие деньги под залог движимого имущества.

Лоро-счета — счета, открываемые банком своим банкам-корреспондентам в соответствии с корреспондентским договором для зачисления денежных средств и проведения платежей по

поручениям банков-корреспондентов, а также их клиентов. Режим ведения Лоро-счетов, валюта платежей, условия овердрафта предусматриваются банками при установлении корреспондентских отношений. По Лоро-счетам, как правило, начисляются проценты и взыскиваются комиссионные за выполнение поручений.

Льготный период кредита — отсрочка начала погашения кредита после его полного использования.

Маклер – посредник при заключении сделок на фондовых и товарных биржах.

Маржа — термин, применяемый в торговой, биржевой, страховой и банковской практике для обозначения разницы между ценами товаров, курсами ценных бумаг, процентными ставками и другими показателями.

Масштаб цен — техническая функция денег; средство выражения стоимости в денежных единицах.

Маркетинг банковский (англ. bank marketing) - рыночная стратегия по созданию и продвижению и сбыту банковских продуктов (услуг).

Маркетинг-микс (или комплекс маркетинга) - представляет основные факторы, являющиеся предметом маркетингового управления. Он состоит из четырех элементов, так называемых «четырех Р» - товара, цены, распространения и продвижения (англ. Product, Price, Place, Promotion).

Маркетинговое исследование (marketing research) - процесс сбора информации, необходимой для маркетинговой деятельности

Менеджмент - (англ. management - управление, заведы- вание) - система программно-целевого управления, текущего и перспективного планирования и прогнозирования научно- технических разработок, организации производства, реализации продукции и услуг с целью повышения эффективности хозяйствования, удовлетворения потребностей рынка и общества в целом, увеличения прибыли.

Менеджмент банковский - (англ. bank management) - научная система управления в условиях рыночной экономики банковским делом и персоналом, занятым в банковской сфере.

Метод коэффициентов - используется для выявления количественной связи между различными статьями, разделами или группами статей баланса. Применяется чаще для измерения рисков, оценки эффективности деятельности банка.

Мотивация - обеспечение активизации труда персонала, побуждение его к творчеству, максимальной отдаче в реализации поставленных целей, для чего осуществляется материальное и моральное стимулирование.

«Медведи» – биржевые спекулянты, играющие на понижении курса ценных бумаг, валют и т.д.

Медио – срок исполнения биржевых сделок, падающий на середину месяца (15-е число). Наряду с данным сроком на биржах применяется и срок расчета по сделкам, приходящийся на последнее число месяца – (см. Ультимо).

Межбанковский рынок — часть рынка ссудных капиталов, где временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой преимущественно в форме межбанковских кредитов на короткие сроки.

Международные платежные средства – средства погашения международных кредитных обязательств.

Международные расчеты — система регулирования платежей по денежным требованиям и обязательствам, возникающим между государствами, организациями и гражданами, находящимися на территории разных стран, на основе экономических, политических, культурных и других отношений.

Международные резервные активы – валютные активы государств, представляющие собой резервы международных платежных средств.

Международные счетные денежные единицы – искусственные валютные единицы,

представляющие собой условный масштаб, применяемый для соизмерения международных долговых обязательств, платежей, валютных резервов, депозитов и кредитов, определения курсовых соотношений валют, сопоставления показателей банковских балансов.

Международный банк реконструкции и развития — специализированное учреждение ООН; межгосударственный инвестиционный институт, учрежденный одновременно с МВФ в соответствии с решением международной валютно-финансовой конференции ООН, состоявшейся в 1944 г. в Бреттон- Вудсе (США).

Международный валютный фонд (МВФ) — международная валютнокредитная организация, имеющая статус специализированного учреждения ООН. Создан на международной валютно- финансовой конференции в Бреттон-Вудсе (США) в 1944 г., начал функционировать с марта 1947 г. Правление в Вашингтоне, отделение в Париже. Согласно Уставу, официальные цели МВФ содействие развитию международной торговли и валютного сотрудничества путем установления норм регулирования валютных курсов и контроля за их соблюдением, предоставление государствам-членам средств в иностранной валюте для выравнивания платежных балансов.

Международный рынок ссудных капиталов – система экономических отношений,

обеспечивающих аккумуляцию и перераспределение ссудного капитала между странами в зависимости от экономических и политических факторов.

Межфилиальные обороты (МФО) – взаимные расчеты между учреждениями (филиалами) банков.

Менялы — предшественники банкиров, специализировавшиеся на обмене иностранных монет на местные, посредничестве в платежах.

Мидлэнд Бэнк – один из крупнейших коммерческих банков в Великобритании. Универсальный коммерческий банк, выполняющий весь спектр банковских операций, а также операции с кредитными карточками Аксесс и Еврокард.

Мицубиси Бэнк — частный коммерческий банк Японии. Входит во вторую десятку крупнейших банков мира. Основан в 1880 г. Правление в Токио.

Мицуи Бэнк — частный коммерческий банк Японии. Основан в 1876 г. Правление в Токио. Возглавляет финансовую группу Мицуи.

Монета — слиток металла, имеющий установленные законом весовое содержание (лигатурную массу) и форму и являющийся средством обращения и платежа.

Монетный двор — государственное предприятие, занимающееся чеканкой монеты.

Монетный доход – доход государства от чеканки монеты.

Монетный паритет — соотношение золотого или серебряного содержания денежных единиц двух стран.

Монетный устав – установленные государством правила, определяющие порядок чеканки монеты в стране.

Монометаллизм — денежная система, при которой один металл (золото или серебро) служит всеобщим эквивалентом и основой денежного обращения.

Муниципальные сберегательные кассы – разновидность сберегательных учреждений; возникли в начале XIX в. в Германии, Швеции и других странах. Первоначально их деятельность сводилась к привлечению сбережений населения и выполнению функций казначея муниципалитета.

Налог на доходы от денежных капиталов — существует в ряде стран (Австрии, Канаде, Испании и Франции). Им облагаются дивиденды, проценты от акций и облигаций, проценты по вкладам в банки и т.д. Налог удерживается «у источника» при выплате дохода владельцу денежного капитала.

Налог на ценные бумаги – применяется как:

1) налог на эмиссию акций, облигаций и других ценных бумаг, взимаемый с акционерных компаний;

2) налог на биржевые сделки. Взимается при переходе права собственности на ценные бумаги.

Налог с наследств и дарений — налог с движимого и недвижимого имущества юридического и физического лица.

Налоги – обязательные платежи, взимаемые государством с юридических и физических лиц.

Налоговые убежища — небольшие островные или прибрежные государства и территории, называемые так за проводимую политику привлечения капиталов из-за рубежа путем предоставления им широких налоговых льгот.

«**Нау» счета** – разновидность счетов, занимающих промежуточное положение между

сберегательными и текущими счетами. Владельцы счета имеют полное право при уведомлении за 30 дней выписывать «обращающиеся приказы об изъятии» и использовать их для платежей наравне с чеком.

Начисление процентов – производится по ссудным, расчетным, текущим и другим счетам юридических и физических лиц.

Национальный банк Бельгии — центральный банк страны. Основан в 1850 г. в форме акционерного общества, в 1948 г. половина акционерного капитала была приобретена правительством.

Наблюдение за рынком - систематическое отслеживание рыночной ситуации.

Немецкий Федеральный банк (Дойче Бундесбанк) — Центральный банк Германии, обладающий правом эмиссии банкнот, осуществления кассового исполнения бюджета и управления государственным долгом.

Необеспеченная задолженность по ссудам – превышение на определенную дату задолженности юридических лиц по ссудам банка над/5уммой их обеспечения.

Неплатежеспособность — финансовое или валютно-финансовое положение фирмы или государства, при котором они не могут своевременно погашать свои финансовые обязательства.

Нефундированные займы – краткосрочные государственные займы, выпускаемые сроком от нескольких недель до 1 года.

Нидерландский Банк — Центральный банк Нидерландов. Основан в 1814 г. в Амстердаме в форме акционерного общества; в 1948 г. национализирован, капитал передан государству.

Норвежский Банк — Центральный банк Норвегии. Основан в 1816г., в 1949т. национализирован.

Норма обязательных резервов банков устанавливаемое законом резервов, отношение СУММЫ обязательных образуемых ПО объему обязательств отдельным статьям банковских пассивов, ПО соответствующим статьям.

Нормы расходования наличных денег из выручки — определяемые обслуживающим

коммерческим банком размеры использования юридическими лицами наличных денег из выручки на неотложные хозяйственные нужды и закупку сельхозпродуктов у населения.

Ностро-счета — корреспондентские счета кредитного учреждения, открываемые у банков-корреспондентов, на которых отражаются взаимные расчеты банков и их клиентов. Для банка, который имеет Ностро-счета, этот счет носит активный характер, так как отражает размещение средств в форме банковского депозита. Для другого банка данный счет носит пассивный характер, отражает привлеченные ресурсы и носит название Лоро-счета.

Нуллификация денег — объявление государством обесценивающихся бумажно-денежных единиц недействительными, разновидность денежной реформы.

Нэшнл Вестминстер Бэнк — один из крупнейших коммерческих банков Великобритании. Входит в «большую четверку», является членом лондонской расчетной палаты. Образован в 1968 —1970 гг. в результате слияния трех клиринговых банков.

Обеспечение денег — совокупность материальных условий, способствующих стабильности

денежного обращения и обеспечивающих использование денег в соответствии с законом денежного обращения.

Обеспечение кредита — совокупность товарно-материальных ценностей, служащих для кредитора залогом полного и своевременного возврата заемщиком полученных в ссуду средств и уплаты процентов за пользование ссудой.

Обесценение денег — падение покупательной способности денег по отношению к товарам или снижение их валютного курса.

Облигация — ценная бумага на предъявителя, представляющая собой долговое обязательство, по которому владелец получает годовой доход в виде процента. Подлежит погашению в течение определенного, заранее обусловленного при выпуске займа срока.

Оборачиваемость вкладов – показатель подвижности средств, хранящихся в сберегательных и коммерческих банках.

Оборачиваемость кредита — один из показателей эффективности использования заемных средств, характеризующий скорость оборота кредита в днях.

Обороты по вкладам – общая сумма, поступившая на счета по вкладам и востребованная вкладчиками наличными деньгами и безналичным путем.

Оборачиваемость валют, конвертируемость валют – возможность обмена валюты данной страны на валюты других стран по действующему валютному курсу.

Обусловленный кредит МВФ – кредит в иностранной валюте, предоставление которого сопровождается требованием МВФ к государству-заемщику выполнять рекомендуемые мероприятия в области экономической политики.

Общества взаимного кредита — кредитные учреждения, осуществляющие кредитование мелких частных промышленников и торговцев. Собственный капитал создался из вступительных взносов членов общества.

Обмен - акт получения от кого-либо желаемого товара взамен другого товара.

Объемная политика коммерческого банка - влияние на цены через объем выносимых на рынок масс банковских продуктов.

Организация - формирование структуры предприятия (банка), обеспечение его необходимыми для нормальной работы средствами (персоналом, оборудованием, деньгами и др.)

Обязательные резервы банков — средства коммерческих банков и других кредитных институтов, которые они обязаны хранить в Центральном банке в качестве обеспечения ряда своих операций в соответствии с нормами обязательных резервов, устанавливаемыми Центральным банком.

Овердрафт — форма краткосрочного кредита, предоставление которого осуществляется путем списания средств по счету клиента банка сверх остатка на его счете, в результате чего на счету образуется дебетовое сальдо. Соглашением между банком и клиентом устанавливается максимальная сумма кредита, условия его предоставленияи погашения.

Операционный учет в банках — внесистемный учет денежных, расчетных, кредитных операций и отдельных показателей, не отражаемых в бухгалтерском учете, либо отраженных в нем в ином разрезе. Ведется для обеспечения контроля за сохранностью и правильным использованием денежных средств, ценностей и документов.

Операции на открытом рынке — метод денежно-кредитной политики государства, заключающийся в покупке или продаже Центральным банком ценных бумаг на открытом рынке. Используется для увеличения или сокращения резервов коммерческих банков, воздействия на уровень процентных ставок, регулирования курса государственных ценных бумаг.

Операционная техника в банках — совокупность правил и технических приемов по оформлению и совершению расчетно-денежных операций, их учету и контролю. Основными элементами операционной техники являются: установление форм расчетно-денежных документов по отдельным операциям, порядок их оформления и приемы выработки; документооборот в банках и внутрибанковский контроль.

Операционные доходы и расходы банков – поступление и затраты в результате проведенных за определенный период банковских операций. Операционные доходы банков включают: проценты по предоставленным

кредитам, прибыль по операциям с ценными бумагами, прибыль по доверительным (трастовым) операциям, прибыль от лизинговых и факторинговых операций, а также прочие операционные доходы.

Операционные расходы банков состоят из: процентов по срочным и сберегательным вкладам, выплат прочих процентов, расходов по уплате налогов, расходов по содержанию персонала банка и административно-управленческих расходов, а также ряда прочих расходов. Разница между операционными доходами и расходами представляет собою валовую прибыль банка.

Операционный день — часть рабочего дня, отведенная для приема и обслуживания клиентуры в банках и выполнения банковских операций по кредитованию, расчетам, приему и выдаче наличных денег и др.

Орион Бэнк — многонациональный инвестиционный банк консорциального типа; основан в 1970 г. в Лондоне. Основные направления деятельности: международные инвестиционные операции, эмиссия ценных бумаг на рынке ссудных капиталов, евровалютные операции, консультирование, лизинг.

Отказ от акцепта – документально выраженное несогласие плательщика на оплату предъявленных ему расчетных документов.

Открытая позиция — складывающееся на определенный момент времени несоответствие покупок и продаж фондовых и валютных ценностей или биржевых товаров одного вида.

Открытие счета по вкладу – операция, выполняемая коммерческим банком при поступлении первоначального взноса во вклад.

Открытие счетов в банках оформляется представлением в банк заявления об открытии счета, документа о государственной регистрации юридического лица, утвержденного устава, карточки с образцами подписей и оттиска печати.

Отрицательные ставки процента – процентная ставка, взимаемая банком с владельца депозита вместо традиционной уплаты ему процентного вознаграждения. Впервые появилась в Швейцарии в 1973 г., затем использовалась и в других странах в качестве элемента государственной

экономической политики, направленной на ограничение притока в страну иностранных капиталов.

Отсрочка погашения ссуд – продление первоначально установленного срока ссуды.

Официальная учетная ставка — процентная ставка, применяемая центральным банком развитых стран в его операциях с коммерческими банками и другими кредитными институтами при покупке (учете) государственных обязательств (казначейских векселей) и переучете частных коммерческих векселей.

Очередность платежей – последовательность списания средств с расчетных и других счетов, кроме судных, при наличии нескольких срочных и просроченных платежей и недостаточности средств для их полного погашения.

Оценка кредитуемых объектов – производится при расчете суммы обеспечения кредита.

Параллельный рынок ссудных капиталов – кредитный рынок, периодически возникающий параллельно с традиционно функционирующим рынком ссудных капиталов. Данное понятие употребимо применительно к нерегулируемому кредитному рынку в странах с жесткими кредитными ограничениями.

«Парижский клуб» стран-кредиторов — межправительственный институт развитых западных стран, имеющий целью пересмотр условий временных займов развивающихся стран для избежания одностороннего моратория.

Паритет покупательной способности – соотношение между двумя (или несколькими) валютами по их покупательной способности к определенному набору товаров и услуг.

Пассивные операции банков — операции, посредством которых банки формируют свою ресурсную базу для проведения кредитных и иных активных банковских операций.

Пассивы банковские – ресурсы банков, собственные и привлекаемые, для проведения кредитных и других активных операций.

Паушальная сумма – общая сумма обязательств или требований к платежу, вытекающая из расчетов между государствами, юридическими и физическими лицами.

Пеня – санкция за несвоевременное выполнение денежных обязательств.

Перевод (денежный) — способ перечисления денег юридическими лицами, а также между юридическими и физическими лицами через кредитные учреждения.

Переводные операции — операции кредитных учреждений по выполнению поручений юридических и физических лиц на осуществление перевода денежных средств.

Переводные счета — валютные счета, введенные в Великобритании по Закону о валютном контроле (1947). Применялись в условиях валютных ограничений для владельцев фунтов стерлингов.

Переводной шифр – система условных обозначений, применяемая банками при переводе денег для предотвращения ошибок и злоупотреблений.

Переоценка средств на счетах в иностранной валюте — новая оценка в национальной валюте иностранных авуаров и обязательств фирм и банков в связи с изменением валютных курсов.

Переучетная ставка Центрального банка — официальная учетная ставка, применяемая Центральным банком при предоставлении средств коммерческим банкам и другим кредитным институтам при переучете частных коммерческих векселей.

Переучетные операции – межбанковские кредитные операции, основанные на переучете коммерческих векселей; используются банками для мобилизации денежных средств.

Первичная информация - информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели. Является наиболее точной и актуальной, но ее сбор может быть очень дорогостоящим. Ср. Вторичная информация.

Планирование - определение целей деятельности и необходимых для их достижения средств.

Позиционирование - определение того, как потребители воспринимают услуги маркетологов банков в сравнении с услугами конкурентов, а также развитие и выполнение маркетинговых стратегий для достижения конкретным товаром желательной позиции на рынке. На основании этих методов выбирается стратегия ценообразования.

Покупательское поведение конечных потребителей - поведение физических лиц или семей, приобретающих товары и услуги для личного потребления.

Потребительский рынок - совокупность отдельных личностей и семей, приобретающих товары и услуги для личного потребления.

Потребность - нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

Предпринимательская стратегия - обобщающая модель действий, ориентированных на долгосрочное развитие предприятия (банка).

Предпринимательская философия - совокупность критериев, определяющих систему ценностей предприятия (банка).

Пробный маркетинг - с его помощью создается прогноз сбыта, он влияет на стратегию и политику деятельности банка.

Прогнозирование рынка - выявления конъюнктурных изменений, рыночных тенденций и т.д., подготавливает почву для формулирования банковской стратегии

Петербургский международный коммерческий банк – второй по величине акционерный банк царской России. Был учрежден в Петербурге в 1869 г. с капиталом в 5 млн рублей. К 1914 г. его ресурсы достигли 462 млн рублей (10 % ресурсов всех коммерческих банков России). Национализирован декретом от 27 (14) декабря 1917 г.

Плавающая процентная ставка — процентная ставка по среднесрочным и долгосрочным кредитам, размер которой не фиксируется на весь срок кредита, а пересматривается через согласованные промежутки времени в зависимости от изменения ситуации на кредитном рынке.

Плавающие валютные курсы – режим свободно колеблющихся курсов валют, основанный на использовании рыночного механизма валютного

регулирования/один из структурных принципов современной мировой валютной системы.

Платежеспособность — способность государства, юридического или физического лица своевременно и полностью выполнять свои платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных или иных операций денежного характера.

Платежный кредит – кредит на оплату платежных документов при наличии у плательщиков временных финансовых трудностей, возникающих в связи с несовпадением сроков поступления средств и платежей.

Платежный оборот — часть денежного оборота, в которой деньги функционируют как средства платежа, используются для погашения обязательств.

Погашение ссуд — возврат заемщиком средств, полученных во временное пользование от банков и других кредиторов.

Подписи на банковских документах — один из обязательных реквизитов документа. Право первой подписи принадлежит руководителю того предприятия, которому открывается счет в банке. Право второй подписи принадлежит главному бухгалтеру.

Подтверждение остатков лицевых счетов клиентов — один из элементов инвентаризации балансовых статей бухгалтерской отчетности. Клиенты банка сверяют свои отчетные данные с данными банка путем предоставления письменных подтверждений остатков по их расчетному, ссудному и другим счетам по состоянию на 1 января.

Посреднические операции банков — операции банков по доверительному управлению денежными средствами, ценными бумагами, недвижимостью, операции по страхованию клиентов; брокерские операции по поручению клиентов на бирже, агентские услуги и др. Стремление банков получать доход и оказывать больший объем услуг увеличивает долю посреднических операций в валовых доходах банка.

Потребительский кредит — форма кредита, служащая средством удовлетворения потребительских нужд населения.

Почтово-сберегательные банки — один из видов сберегательных учреждений в развитых странах, в организационном отношении связанных с почтовой системой. Аккумулируют вклады населения через почтовые отделения, роль которых ограничивается приемом и выдачей средств.

Правила ведения кассовых операций — законодательно установленный порядок работы юридических лиц с наличными деньгами.

«Прайм Рэйт» — минимальная процентная ставка по необеспеченным краткосрочным ссудам, применяемая коммерческими банками США при кредитовании «первоклассных заемщиков».

Привилегированные акции — дают их владельцам право на первоочередное получение дивиденда по фиксированной ставке, в отличие от обыкновенных акций, дивиденд, по которым колеблется в зависимости от прибыли акционерного общества.

Признаки платежности денежных знаков — установленные ЦБ и обязательные для всех юридических и физических лиц условия приема в платежи и к обмену банковских билетов и металлической монеты.

Прима – в практике вексельного обращения первый экземпляр переводного векселя.

Принудительное списание средств – применяется для удовлетворения бесспорных претензий к расчетным счетам плательщика.

Принудительный курс — официальный фиксированный курс, вводимый государством в условиях валютных ограничений для обмена валюты данной страны на иностранную.

Принципы кредитования — основные, положения кредитногомеханизма, определяющие процесс кредитования. К ним относятся: срочность, возвратность, платность, целенаправленность, обеспеченность.

Пролонгация "векселя – продление срока действия векселя.

Проспект эмиссии — документ, содержащий полную, правдивую и четкую информацию о компании- эмитенте, ее финансовом состоянии и эмитируемых ценных бумагах.

Просроченная задолженность — своевременно не произведенные юридическими и физическими лицами платежи, вытекающие из условий заключенных договоров.

Просроченные ссуды – ссуды, не возвращенные банку в установленный срок вследствие финансовых затруднений ссудозаемщика.

Процент (ссудный) — плата, получаемая кредитором от заемщика за пользование ссуженными деньгами.

Процентный арбитраж – сделка, сочетающая в себе валютную и депозитную операции. Сущностью ее является получение прибыли за счет разницы в процентных ставках по различным валютам.

Процентный период — часть общего срока среднесрочного и долгосрочного кредита,

предоставленного по плавающей процентной ставке, в течение которого процентная ставка финансируется на неизменном уровне, определенном соглашением между кредитором и заемщиком.

Процентный риск — опасность потерь банков в результате превышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлеченным средствам, над ставками по предоставленным кредитам.

Рантье – граждане, живущие на доходы (проценты) от денежного капитала, предоставленного в ссуду, или ценных бумаг.

Распоряжение вкладом — одно из прав, предоставленных вкладчику Уставом банка.

Расчетная дисциплина — обязанность юридических лиц соблюдать правила проведения расчетных операций.

Расчетные документы — оформленные в письменном виде требования или поручения юридических лиц на перечисление денежных средств в безналичном порядке за отгруженные товарно-материальные ценности, выполненные работы и оказанные услуги.

Расчетные документы в пути — выписанные и сданные в банк документы за отгруженную продукцию, выполненные работы или оказанные услуги, по которым еще не наступили платежи.

Расчетные палаты, клиринговые палаты — специальные межбанковские организации, осуществляющие безналичные расчеты по чекам и другим платежным документам путем зачета взаимных требований. Необходимость регулярных зачетов взаимных требований между банками вызвана практической невозможностью индивидуальных расчетов между банками. Кроме того, такая система расчетов позволяет их значительно ускорить и удешевить.

Расчетный счет — счет, открываемый банками юридическим лицам для хранения денежных средств и осуществления расчетов.

Расчеты платежными поручениями – форма безналичных расчетов, при которой плательщик представляет в обслуживающее его учреждение банка расчетный документ, содержащий поручение о перечислении определенной суммы со своего счета на счет получателя средств.

Работа с общественностью (public relations) - совокупность усилий банка по созданию благоприятного климата для своей деятельности путем взаимодействия со всеми секторами внешней среды.

Рынок - совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товара.

Рынок банковских услуг - особое экономическое пространство, на котором сталкиваются спрос и предложение услуг банков для клиентов.

Рынок покупателя - рынок, на котором больше власти имеют покупатели и, где наиболее активными должны быть продавцы.

Рынок продавца - рынок, на котором продавцы имеют больше власти и, где наиболее активными приходится быть покупателям.

Ревальвация — повышение курса валюты по-отношению к валютам других стран, международным счетным денежным единицам.

Револьверный кредит — возобновляемый кредит, который предоставляется в пределах

установленного лимита задолженности и сроков погашения автоматически. Соглашение о предоставлении револьверного кредита оформляется аналогично кредитной линии.

Perpecc – обратное требование о возмещении уплаченной суммы, предъявляемое одним юридическим или физическим лицом к другому обязанному лицу. Обычно применяется при протесте векселя или чека.

Резервная валюта – валюта страны, в которой центральные банки других государств накапливают и хранят резервы средств для международных расчетов.

Резервная доля в МВФ — часть квоты в МВФ, которая оплачивается в СДР или иностранной валюте (25 % квоты). Остальная часть квоты вносится в национальной валюте.

Резервный капитал (фонд) — часть собственных средств акционерного общества, образующаяся за счет отчислений от прибыли и использующаяся для покрытия потерь от операционной деятельности.

Резидент — юридическое или физическое лицо, имеющее постоянное местопребывание в данной стране.

Реинвестиции — повторное вложение средств, полученных в форме доходов от инвестиционных операций.

Рейтинг — оценка, отнесение к классу, разряду или категории. Банки анализируют положение компаний и определяют их кредитный рейтинг, отражающий кредитоспособность.

Реквизиты документов – обязательные данные, предусмотренные законом для документов, без которых они не могут служить основанием совершения операций.

Ремедиум – допустимое законом отклонение фактического веса и пробы монеты от установленных норм.

Ремитент – лицо, в пользу которого выписан переводной вексель, первый векселедержатель.

Репорт – биржевая срочная сделка по продаже ценных бумаг (или валюты) с обязательством

последующего выкупа (покупки) через определенный срок по новому, более высокому курсу.

Рефинансирование — мобилизация коммерческими банками ресурсов для покрытия выданных ссуд или текущего кредитования. Необходимость рефинансирования обусловлена типичной в повседневной деятельности банков трансформацией краткосрочных вкладов в средне- и долгосрочные кредиты, а также поддержанием на требуемом уровне ликвидности, в том числе баланса, особенно перед завершением операционного года. В качестве источников рефинансирования банки используют средства центральных банков, а также ресурсы межбанковского рынка.

Риски банковские — опасность потерь, вытекающая из специфики банковских операций. Различают: кредитный риск, валютный риск, процентный риск, риск несбалансированной ликвидности и риск банковских злоупотреблений.

Ройял Бэнк ОФ КЭНАДА – ведущий коммерческий банк Канады. Основан в 1869 г. Правление находится в Монреале. Осуществляет все виды банковских операций.

Ролловер кредиты — разновидность средне- и долгосрочных кредитов, предоставляемых по плавающим процентным ставкам на национальных и международных рынках ссудных капиталов.

Русский для внешней торговли банк – третий по величине акционерный банк царской России. Учрежден в Петербурге в 1871 г. при участии германскихбанков. Первоначальный капитал 7,5 млн рублей.

Русский торгово-промышленный банк – один из крупнейших акционерных коммерческих банков царской России, учрежден в Петербурге в 1889 г. с капиталом 5 млн рублей.

Русско-Азиатский банк — учрежден в 1910 г. с капиталом в 35 млн рублей путем слияния по инициативе царского правительства двух крупных банков: Русско-Китайского банка и Северного банка. В результате возник самый крупный акционерный коммерческий банк России с участием французского капитала.

Рынки золота – центры торговли золотом, где осуществляется его регулярная купля-продажа для промышленного потребления, приобретения необходимой

иностранной валюты, частной тезаврации, спекуляции. Золото продается главным образом в виде слитков и монет.

Рынок ценных бумаг — часть рынка ссудных капиталов, где осуществляется эмиссия, купля- продажа ценных бумаг. Различают первичный и вторичный рынки ценных бумаг.

Санва Бэнк — один из крупнейших коммерческих банков Японии. К середине 80-х гг. занял 5-е место среди японских банков. Входит в десятку крупнейших банковских монополий мира.

Санирование — система мероприятий, проводимых для предотвращения банкротства

промышленных, торговых предприятий и банков.

Сберегательные банки — разновидность сберегательных учреждений наряду со сберегательными кассами и другими специальными кредитными институтами.

Сберегательные вклады – денежные средства, внесенные физическими лицами на хранение в банки и сберегательные учреждения.

Сберегательные кассы – кредитные учреждения, основная функция которых – привлечение сбережений и временно свободных денежных средств населения.

Сбытовая политика (товародвижение) коммерческого банка - доведение товара до потенциального покупателя.

Сделка - коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами.

Сегментация рынка - деятельность по классификации потенциальных потребителей предлагаемых банком услуг в соответствии с особенностями качественной структуры их спроса и остальных характеристик.

Система маркетинговой информации (marketing information system) - постоянно действующая структура взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов. Предназначена для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной, своевременной и точной информации с целью совершенствования планирования и контроля за исполнением маркетинговых мероприятий.

Система сбора внешней текущей маркетинговой информации - набор источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о коммерческой среде организации. Формируется из газет и специальных изданий, каталогов, поступает от розничных торговцев и от организаций, занимающихся сбором такой информации. В крупных организациях создаются специальные отделы по сбору информации.

Совместный сбыт - использование сети распространенных связей с посредниками больших банков для реализации товаров вновь созданных или небольших банковских учреждений; чаще всего этот маркетинг осуществляется на консорциальной основе.

Спрос - потребность, подкрепленная покупательной способностью.

Свинг – предел взаимного кредитования сторонами клиринговых расчетов.

СВИФТ – автоматизированная система осуществления международных платежей через сеть компьютеров. Создана в 1973 г. в Брюсселе представителями 240 банков 15 стран с целью упрощения и унификации международных расчетов.

Свободное обеспечение — непрокредитованная часть обеспеченияссуды, под которую может быть выдан дополнительный кредит при наличии незаполненного планового размера кредитования.

Серебряная валюта – полноценная серебряная монета в обращении или денежная единица, непосредственно разменная на серебро.

Сертификаты денежного рынка – разновидность краткосрочных депозитных сертификатов, выпускаемых банками для привлечения сбережений.

Синдицированные кредиты — консорциальные кредиты предоставляются двумя и более кредиторами — синдикатами банков одному заемщику.

Сити Бэнк — один из крупнейших банков США. Основан в 1812 г. Специализируется на международных операциях. Скорость обращения денег — показатель интенсивности движения денежных знаков при функционировании их в качестве средства обращения и средства платежа.

Сложные проценты – метод начисления процентов, как правило, при среднесрочном и

долгосрочном кредитовании, когда они не выплачиваются кредитору до завершения кредитной сделки, а увеличивают основную сумму долга. Сумма начисленных средств включается в задолженность, и на нее продолжает начисляться процент.

Смешанные банки:

- 1) банки с участием иностранного капитала;
- 2) полугосударственные банки с участием государственного и частного капитала.

Соло-вексель – то же, что и простой вексель.

Специальные кредитные институты – кредитные учреждения, специализирующиеся в какой-либо области кредитования.

Специальные права заимствования в МВФ — эмитируемые МВФ международные и резервные платежные средства, предназначенные для регулирования сальдо платежных балансов, пополнения официальных резервов и расчетов с МВФ, соизмерения стоимости национальных валют.

«Спот» – наличные валютные сделки, при которых обмен валют производится на второй рабочий день, не считая день заключения.

Спрэд – разница между двумя определенными показателями (см. Маржа).

Срочные валютные сделки — операции по купле-продаже валют, при которых платеж производится

через определенный срок по курсу, зафиксированному в момент заключения сделки.

Срочные обязательства по ссудам банка – документы, дающие банку право на бесспорное

списание средств со счета заемщика для погашения кредита при наступлении указанного в нем срока платежа. Срочное обязательство предоставляется банку заемщиком на специальном бланке при получении ссуды.

Ссуда — передача денег одними участниками договора займа другим на условиях срочности, возвратности и платности.

Ссудные операции – предоставление денежных средств клиенту банка на началах срочности, возвратности и платности.

Ссудный счет – счет, на котором банки учитывают предоставление и возврат кредита. Признаком ссудного счета является учет образования и погашения ссудной задолженности.

Ссудо-сберегательные ассоциации — разновидность кредитных учреждений, занимающихся аккумуляцией сбережений населения и долгосрочным кредитованием приобретения и строительства жилья.

Ссудный процент — плата заемщика кредитору за пользование ссудным капиталом. Ссудный процент является доходом для того, кто его получает, и расходом для того, кто его выплачивает. Процентный доход составляет основную часть операционных доходов и прибыли коммерческих банков. Удельный вес ссудного процента в операционных доходах банков — свыше 60%.

Ссуды под ценные бумаги – ссуды, предоставляемые банками под залог акций и облигаций, вид фондовых операций коммерческих и инвестиционных банков.

Стагфляция — состояние экономики, характеризующееся сочетанием экономического кризиса, роста безработицы и инфляции.

Страхование депозитов — вид страхования, осуществляемого банками, по которому вкладчикам гарантируется возврат их вкладов в случае банкротства банка.

Страхование кредитов – вид страхования, сущность которого заключается в уменьшении или устранении кредитного риска.

Субординационный заем — специальный бессрочный заем, по которому ресурсы привлекаются с рынка ссудных капиталов и по условиям займа приравниваются к собственным средствам заемщика. Заем осуществляется путем эмиссии субординационных ценных бумаг, которые юридически занимают промежуточное положение между облигациями и акциями.

Счета денежного рынка – разновидность счетов в банках США. Сочетают преимущество сберегательных и текущих счетов: отсутствуют ограничения на

величину выплачиваемой процентной ставки, разрешена выписка чеков на эти счета.

Счета «**ЛОРО**» – счета, открываемые банком своим банкам-корреспондентам, на которые вносятся все суммы, получаемые или выдаваемые по их поручению.

Счета «**HOCTPO**» – счета данного кредитного учреждения у банковкорреспондентов, на которых отражаются взаимные платежи.

Тайна вкладов — одно из основных прав, предоставленных вкладчикам коммерческих банков. Такие сведения, кроме самих вкладчиков и их представителей, выдаются только по письменным запросам нотариальных судебно-следственных органов и органов дознания в установленных законом случаях.

Таргетирование — установление целевых ориентиров в регулировании прироста денежной массы в обращении и кредита, которых придерживаются в своей политике центральные банки промышленно развитых стран.

Тезаврация золота — накопление золота частными владельцами в виде сокровища или страховых фондов.

Текущие счета в иностранной валюте – текущие счета, открываемые банками юридическим и физическим лицам в иностранной валюте.

Текущий счет — вид счетов в банках, которые служат для хранения денежных средств и осуществления расчетов.

Товарные операции банков – предоставление банками ссуд под залог товаров и товарных документов, осуществление товарно-комиссионных операций и продажи товаров.

Торговые банки – традиционное название группы кредитно-финансовых учреждений

Великобритании, специализирующихся преимущественно на международных операциях.

Транша:

1) серия или часть облигационного займа, как правило, международного;

2) 25-процентная доля квоты в МВФ. Применяется для обозначения части взноса страны — члена в МВФ в конвертируемой валюте и для регулирования объемов и условий предоставления кредитов Фонда.

Товар - все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

Товарная политика (планирование банковского продукта) - определение и изменение характера и ассортимента предлагаемых услуг (ассортиментная политика), их качества (политика качества) и объема предложения (объемная политика).

Трассант – векселедатель переводного векселя.

Трассат – плательщик (должник) по переводному векселю.

Трассирование – выставление переводного векселя.

Трастовые операции банков, траст – доверительные операции банков, операции по управлению имуществом клиентов и выполнение услуг в их интересах и по поручению на правах доверителя собственника.

Тратта – переводной вексель.

Ультимо — в банковской практике термин, обозначающий последний день месяца, квартала или года.

Универсальные банки – кредитные учреждения, совершающие все основные виды банковских операций. Универсальными являются коммерческие банки Германии, Швейцарии, Австрии.

Уполномоченные банки — кредитно-финансовые учреждения, имеющие специальные разрешения правительственных органов на проведение определенных банковских операций.

Учет векселей — покупка банком или специализированным кредитным учреждением векселей до истечения их срока.

Учет и отчетность по кассовым операциям – обеспечивают отражение в балансе наличных денег в кассе банка и контроль за их движением.

Учет и отчетность по эмиссионным операциям – обеспечивают отражение движения наличных денег при изъятии и выпуске их в обращение, контроль за

правильностью этих операций, позволяют ежедневно располагать данными о состоянии денежной массы в обращении.

Учет кредитных операций — отражение в бухгалтерском учете взаимоотношений юридических лиц с банками по краткосрочному и долгосрочному кредитованию.

Учет расчетных операций – в банках подразделяется на бухгалтерский (системный) и оперативный (внесистемный).

Учетные дома (компании) – кредитные учреждения в разных странах, занимающиеся

краткосрочными кредитными операциями, исторически специализировались на учете векселей; посредники между коммерческими банками и центральным банком.

Учетные операции – операции банков по учету (дисконту) векселей и некоторых других видов долговых обязательств; способ авансирования денежных средств.

Учетный процент — плата, взимаемая банком за авансирование денег путем покупки (учета) векселей, ценных бумаг и других долговых обязательств до наступления сроков оплаты по ним.

Учетный (дисконтный) рынок — часть денежного рынка, где осуществляется перераспределение краткосрочных денежных средств между кредитными институтами путем купли-продажи векселей и ценных бумаг со сроками погашения до одного года.

Услуга - любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые неосязаемы и не приводят к завладению чемлибо.

Факторинг — разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента; включает инкассирование дебиторской задолженности клиента, кредитование и гарантию от кредитных и валютных рисков. В основе операций факторинга лежит покупка факторской компании (банком) счетов-фактур клиента на условиях немедленной оплаты около 80 % стоимости отфактурованных поставок и уплаты остальной части (за

вычетом процента за кредит) в строго обусловленные сроки независимо от поступления выручки от дебиторов.

Федеральная корпорация страхования депозитов – государственная организаций в США, осуществляющая страхование банковских депозитов, контроль и регулирование деятельности банков.

Федеральная резервная система США – 12 федеральных резервных банков, выполняющих в своей совокупности функции центрального банка США, и частные коммерческие банки-члены ФРС. Осуществляет все функции центрального банка.

Федеральные фонды – понятие американского денежного рынка, означающее средства рынка межбанковских депозитов. Находится на принадлежащих коммерческим банкам счетах в федеральных резервных банках.

Федеральный резервный Банк Нью-Йорка — ведущий федеральный резервный банк в составе ФРС США. Учрежден в 1913 г. Начал операции с ноября 1914г. По правовому статусу является акционерным банком.

Ферст Нэшнл Бэнк оф Чикаго – один из ведущих коммерческих банков США. Основан в 1863 г. Входит в число крупнейших банков мира.

Фидуциарная эмиссия — банкнотная эмиссия, не обеспеченная металлическим запасом

эмиссионного банка.

Финансовая политика — составная часть экономической политики государства; совокупность мероприятий государства по организации и использованию финансов для осуществления своих функций и задач.

Финансовые коллегии — центральные правительственные учреждения в России, в XVIII в. Ведавшие государственными доходами и расходами.

Финансовые приказы – правительственные учреждения в России (XVI в. – начало XVIII в.), ведавшие государственными доходами и осуществлявшие ряд других финансовых функций.

Финансовый отчет компании – в развитых странах обязательная форма отчетности,

законодательно предусмотренная для всех форм компаний с ограниченной ответственностью. В него входят, как правило, общий баланс компании, отчет о прибылях и убытках и доклад руководства компании, Все эти документы ежегодно предоставляются на рассмотрение и утверждение пайщикам или акционерам компаний.

Финансовый вексель – вексель, не имеющий товарного покрытия, основное назначение которого – размещение денежных средств. К разновидностям финансового векселя относятся банковские векселя, казначейские векселя, фиктивные (дружеские, бронзовые векселя), векселя по просроченной кредиторской задолженности юридических лиц. Банковские векселя эмитируются банками как их долговые обязательства и направлены на привлечение ресурсов с целью регулирования нарушений краткосрочной ликвидности баланса банка.

Фирменный знак - своеобразная визитная карточка, по которой банк узнается без всякой дополнительной информации.

Фондовые операции банков — операции с ценными бумагами. К фондовым операциям банков относятся кредитование под залог ценных бумаг и покупка ценных бумаг банками за собственный счет — банковские инвестиции, при которых ценные бумаги переходят в собственность кредитных учреждений,

Фондовый арбитраж — биржевая операция, заключающаяся в покупке ценных бумаг на едином рынке с одновременной продажей их на другом с целью получения прибыли в виде курсовой разницы. Способствует выравниванию курсов одноименных ценных бумаг на разных рынках.

Фонды валютного регулирования — средства в иностранной и национальной валютах (золото), предназначенные для регулирования валютных курсов и платежных балансов с помощью валютных инвестиций.

Форвардные операции — внебиржевые срочные валютные сделки, совершаемые банками и торгово- промышленными корпорациями по телефону на договорной основе.

Форфетирование – кредитование экспорта путем покупки без оборота на продавца коммерческих векселей, иных долговых требований по

внешнеторговым сделкам, форма трансформации коммерческого кредита в банковский.

Фудзи банк — частный коммерческий банк Японии. По основным показателям занимает второе место среди частных кредитных учреждений страны и третье место среди крупнейших банков мира. Основан в 1880т. Правление в Токио.

Фьючерские операции – срочные сделки на биржах, представляющие собой - куплю-продажу сырья, золота, валюты, финансовых и кредитных инструментов по фиксируемой в момент заключения сделки цене с исполнением операции через определенный промежуток времени (2 –3 года).

Хеджирование — термин, используемый в банковской, биржевой и коммерческой практике для обозначения различных методов страхования валютного риска. Обычно применяется в узком смысле слова — для обозначения страхования валютного риска путем создания встречных требований и обязательств в иностранной валюте.

Холдинг-компания банковская — акционерное общество, владеющее контрольным пакетом акций юридически самостоятельных банков и небанковских фирм с целью осуществления контроля над их операциями.

Ценные бумаги:

1) свидетельства об участии в капитале акционерного общества или предоставлении займа;

долгосрочные обязательства эмитентов выплачивать их владельцам доходы в виде дивидендов или процентов;

2) денежные и товарные документы, объединяемые общим для них признаком – необходимостью предъявления для их реализации выраженных в них имущественных прав.

Центральный валютный курс — официально фиксируемое соотношение между валютами, вокруг которого колеблются в согласованных пределах рыночные валютные курсы.

Ценовая политика банка - установление цен на различные банковские продукты и их изменение в соответствии с изменением рыночной ситуации.

Ценообразование - система определения цены на товар в зависимости от уровня издержек, спроса, конкуренции

Чартер – договор фрахтования морского или воздушного судна, части его или отдельных помещений.

Чейз Манхэттен Бэнк — один из ведущих банков США. Занимает 3-е место среди банков США, входит в число 20 крупнейших банков мира. Сформировался в 1955 г. Является транснациональной банковской монополией, имеющей более 100 заграничных отделений, и поддерживающая связь с более чем 3,4 тысяч банков-корреспондентов во всем мире.

Чек – денежный документ установленной формы, содержащий безусловный приказ чекодателя кредитному учреждению о выплате держателю чека указанной в нем суммы.

Чековые бланки — изготовленные типографским способом формуляры чеков. Для предотвращения подделок печатаются на специальной бумаге и снабжаются последовательной нумерацией. Брошюруются в чековые книжки, которые выдаются клиентам.

Швейцарский Национальный банк — центральный банк Швейцарии. Организован как акционерное общество, контролируемое государством. Федеральное правительство не владеет его акциями, но оказывает решающее влияние на его деятельность.

Швейцерише банк Гизельнафт — возглавляет «большую тройку» крупнейших коммерческих банков Швейцарии. Основан в 1912 г. Связан с ведущими швейцарскими и многими зарубежными торгово-промышленными и банковскими монополиями. Активно проводит операции с валютой, золотом, ценными бумагами, трастовые операции.

Швейцерише Кредитанштальт — третий по значению коммерческий банк Швейцарии.

Осуществляет все виды банковских операций. Более половины активов связаны с международными операциями. Занимает одно из ведущих мест среди банков, осуществляющих операции с золотом и трастовые операции.

Швейцеришер Банкферайн — второй по величине коммерческий банк Швейцарии. Универсальный банк. Активно участвует в международных операциях.

Шведский государственный банк (Рикс банк) – центральный банк Швеции. Выполняет все функции, присущие центральному банку.

Экспертиза денежных знаков – проверка подлинности денежных билетов и металлической монеты.

Экспортируемая инфляция – инфляция, переносимая из одних стран в другие через механизм международных экономических отношений.

Экспортно-импортный Банк США – государственный специальный кредитный институт США, предназначенный для содействия экспорту и импорту; капитал принадлежит министерству финансов. Предоставляет в основном средне- и долгосрочные экспортные кредиты.

Экспортно-импортный Банк Японии – государственный специальный кредитный институт Японии, предназначенный для кредитования внешней торговли.

Экю:

- 1) старинная французская монета;
- 2) европейская валютная единица.

Электронные средства денежных расчетов — электронные системы связи, используемые для перевода денежных средств, осуществления кредитных и платежных операций и контроля за состоянием денежных счетов без участия бумажных носителей информации.

Эмиссионная прибыль – прибыль от размещения ценных бумаг, получаемая банками в результате посредничества между эмитентами ценных бумаг и их покупателями.

Эмиссионная система — законодательно установленный порядок выпуска в обращение денежных знаков; составная часть денежной системы.

Эмиссионные операции – деятельность банков, казначейств, акционерных обществ, других подобных учреждений по выпуску денег в обращение и эмиссии ценных бумаг.

Эмиссия — выпуск в обращение денежных знаков во всех формах; ведет к увеличению денежной массы в обороте.

Эмиссия ценных бумаг – выпуск в обращение акций, облигаций и долговых обязательств, осуществляемый торгово-промышленными компаниями, кредитными учреждениями и государством.

Эмитент – юридическое лицо или государство, выпускающее в обращение денежные знаки, ценные бумаги, платежно-расчетные документы.

Эффективность кредитования – результат использования средств, предоставленных в кредит.

Юбилейные и памятные монеты — монеты, выпускаемые в честь исторических событий.

Японский Банк Развития — государственный банк долгосрочного кредитования Японии, занимающий второе место среди государственных кредитных институтов страны по объему предоставляемых ссуд. Правление находится в Токио. Основное направление деятельности — льготное кредитование отраслей экономики, в кредитовании которых частные банки мало заинтересованы.

ГЛОССАРИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОМ

АІDA (**АИДА**) — англ. Attention, Interest, Desire, Action (внимание, интерес, желание, действие) — одна из самых распространенных моделей рекламного обращения. В 1896 г. предложена Э. Левисом (США). Модель описывает этапы реакции потребителей, собирающихся совершить покупку.

Бенчмаркинг — 1) функция маркетинговой деятельности; 2) исследование технологии, технологических процессов и методов организации производства и сбыта продукции на лучших предприятиях партнеров и конкурентов в целях повышения эффективности собственной фирмы; 3) метод анализа превосходства и оценки конкурентных преимуществ партнеров и конкурентов однотипной или смежной отрасли в целях изучения и использования лучшего, чтобы собственной фирме стать лучше (принцип от лучшего к лучшему).

Брендинг — область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формирование уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов.

Бюджет маркетинга — финансовый план маркетинга, система показателей, раздел плана маркетинга предприятия, в котором в детализированной форме (по элементам комплекса маркетинга или по мероприятиям маркетинга) приведены величины затрат, доходов и прибыли от (для) осуществления маркетинговой деятельности фирмы. Планирование бюджета маркетинга может основываться на целевой прибыли или исходя из оптимизации прибыли.

Вариация товара — модификация товара, который уже производится и находится на рынке, путем изменения его отдельных свойств или показателей качества. Могут быть изменены физические (материал, качество), эстетические (дизайн, цвет, форма), символические (название марки товара) свойства товара и связанные с такой деятельностью подразделения фирмы (служба покупателей, служба сервиса и т.д.). Важнейшими стратегиями модификации могут быть стратегии улучшения качества товара, повышения полезности товара, улучшения формы и стиля товара.

Демографические характеристики — необходимые показатели при подготовке рекламных программ, маркетинговых исследований, ориентированных на определенные рынки или их отдельные сегменты. В эти описания включаются следующие характеристики: пол, возраст, состояние в браке, количество детей и т.д.

Демпинг — продажа товара по ценам, значительно ниже среднего рыночного уровня, так называемым «бросовым», иногда ниже себестоимости. Во многих западных странах действуют антидемпинговые законодательства, которые защищают прибыль национальных производителей и нередко препятствуют ввозу товаров из других стран, предлагаемых по пониженным ценам в связи с недостаточной конкурентоспособностью.

Диагностика конкурентной среды — специфический, самостоятельный этап маркетингового исследования, необходимый для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Диверсификация — 1) вид товарной стратегии, в соответствии с которой предприятие расширяет число производимых продуктов; 2) одновременное расширение, развитие двух и более не связанных друг с другом видов производств в целях завоевания новых рынков и получения дополнительной прибыли. Применяют горизонтальную, вертикальную и скрытую стратегии диверсификации.

Дизайн маркетингового исследования — 1) проектирование и конструирование процесса маркетингового исследования, его модели; разработка рационального плана для проведения исследования, проведения работ по поиску маркетинговой информации. Может осуществляться вручную и с применением информационных технологий; 2) творческая процедура изучения состояния и прогнозирования изменений в поведении субъектов маркетингового исследования во времени, по ресурсам и потребностям.

Единица товара — дискретная материальная субстанция либо определенные действия, личности, места, организации, виды деятельности и идеи способные и обеспечивающие удовлетворение потребности или нужды и предлагаемые рынку с целью приобретения, использования и потребления. Своеобразной специфической формой товара является услуга (см. **Услуга**).

Жизненный цикл товара — определенный период (цикл) времени, отражающий основные этапы развития товара с момента его разработки до вывода с рынка; от него непосредственно зависит уровень прибыли продавца (продуцента) на каждом из этапов (стадий) цикла. В процессе развития продаж товара и получения прибыли обычно выделяют **пять этапов**: этап разработки товара (дорыночный), этап выведения (внедрения) товара на рынок, этап роста объема продаж товара, этап зрелости (насыщения), этап упадка продаж или элиминации товара с рынка.

Закон Мерфи — рекламный закон, который гласит: «Недостаточные рекламные расходы приводят к бессмысленной трате денег», т.е. экономия на рекламе бессмысленна.

Затраты на маркетинг — совокупность расходов, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности и маркетинговых мероприятий по формированию и воспроизводству спроса на товары и услуги. Основные

составляющие затрат на маркетинг: управленческие расходы, заработная плата персонала службы маркетинга, амортизационные отчисления; материалы и ресурсы для нормального функционирования службы маркетинга и соответственно затраты по разработке товарной, ценовой, коммуникативной, сбытовой и дистрибутивной политики.

Имидж — образ товара, сходство, отражение, представление о чем-либо. Социально-психологическое явление, тесно связанное с экономикой товарного рынка. Имидж товара ассоциируется с репутацией товара, товарной маркой предприятия и страны-изготовителя.

Исследование бренда (Brand research) — изучение осведомленности о марке, отношения к ней потребителей, ассоциаций, связанных с маркой.

Исследование под разработку нового продукта (Research in new product development) — комплексное изучение рыночной ситуации, поведения и предпочтений потребителей с целью разработки нового продукта

Исследование потребителей (Consumer research) — определение и исследование всего комплекса побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров

Исследование удовлетворенности покупателей (Customer satisfaction research) изучение степени, причин И факторов удовлетворенности/неудовлетворенности определенной маркой ee потребителями.

Качество — совокупность свойств товара, определяющих его способность конкретные потребности потребителей, удовлетворять соответствовать предъявляемым требованиям. В договорах купли-продажи стороны согласовывают показатели качества, порядок его проверки, представление документов, удостоверяющих соответствие качества поставленного товара согласованным требованиям, в необходимых случаях фиксируются условия сдачи-приемки товара по качеству, а также предоставление гарантий по качеству и срокам годности или хранения товара.

Коммуникативная политика — 1) перспективный курс действий предприятия и наличие у него такой обоснованной стратегии использования комплекса

коммуникативных (коммуникативный микс) средств И организации взаимодействия co всеми субъектами маркетинговой системы, которая обеспечивает стабильную и эффективную деятельность по формированию спроса и продвижению товаров и услуг на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли; 2) разработка комплекса стимулирования, т.е. мероприятий по обеспечению эффективного взаимодействия бизнес-партнеров, организации рекламы, методов стимулирования сбыта, связи с общественностью и персональной продажи.

Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) — рецепт маркетинга, использование которого позволяет предприятию наилучшим образом удовлетворять потребности целевых рынков и адаптироваться к возможным возмущениям окружающей среды. Простейшая структура рецепта маркетинга требует проведения скоординированных мероприятий в области товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики (известная формула 4P — Product, Price, Place, Promotion).

Конкурентная карта рынка — 1) классификация конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке; 2) распределение рыночных долей конкурентов, позволяющее контролировать место (лидер, аутсайдер) конкурента (или собственной фирмы) на рынке. Определяется по результатам анализа рыночной позиции конкурентов на конкретных товарных рынках.

Конкурентоспособность товара — 1) совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающая его преимущество на рынке перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности; 2) способность товара быть первым купленным на рынке товаров-конкурентов; 3) отношение полезного эффекта от потребления (использования) товара к затратам на его приобретение и эксплуатацию (цена потребления); 4) важнейший критерий целесообразности выхода предприятия на национальные и мировые товарные рынки.

Конкуренция — 1) соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели каждый для себя лично, в частности, между предпринимателями, за большую долю прибыли, за

рынки сбыта, за источники сырья; 2) экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы, коммуникаций субъектов рыночной системы в процессе создания, сбыта и потребления материальных и духовных благ; 3) регулятор рыночных отношений, стимулятор ускорения НТП и эффективности общественного производства.

Консьюмеризм — организованное движение защиты интересов и прав потребителей, связанное с обеспечением физической безопасности потребителей, защитой их экономических интересов, борьбой с выпуском недоброкачественной продукции, недобросовестной конкуренцией и т.д.

Маркетинг — 1) купля-продажа, деятельность на рынке; 2) реализация, сбыт; 3) производство товарной продукции; 4) принцип хозяйствования; система отрасль хозяйственной деятельности; хозяйствования; образ мышления; 5) философия ведения дела; концепция деятельности на рынке; 6) процесс создания и воспроизводства спроса конечных потребителей на конкретные товары и услуги с целью получения прибыли; 7) процесс взаимодействия субъектов маркетинговой поводу организации предпринимательской системы ПО деятельности с целью удовлетворения спроса на товары и услуги и получения прибыли; 8) действия по удовлетворению нужд клиентов посредством товара (услуги) и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и, наконец, потреблением этого товара.

Маркетинг (от **market** — рынок) — это концепция управления, хозяйствования в условиях рынка, провозглашающая ориентацию производства на удовлетворение конкретных потребностей конкретных потребителей.

Маркетинг — система управления производственно-сбытовой деятельностью организации, направленная на получение приемлемой величины прибыли посредством учета и активного влияния на рыночные условия.

Маркетинг — процесс создания ориентированных на потребителя товаров и услуг, выбора привлекательных целевых рынков, определения ценообразования, разработки эффективных программ коммуникаций и продвижения товаров на рынок. Вследствие все более активного интегрирования коммуникационных технологий PR в маркетинговую деятельность возник новый подход, получивший

название интегрированные маркетинговые коммуникации и призванный объединить в единое целое три разных направления продвижения товара — маркетинг, рекламу и PR.

Маркетинг — 1) система планирования ассортимента и объема выпускаемых изделий, определение цен, распределение продуктов между выбранными рынками стимулирование ИХ сбыта целью удовлетворения потребностей; c 2) современная концепция экономики, ориентированная на потребление и представляющий разнообразие потребителя, на рынок, человеческих потребностей, на создание для рынка товаров, формирующих новые потребности. Экономика при этом начинает ориентироваться не на логику вещей, а на логику бытия людей, их деятельности и развития.

Маркетинг «**B2B**» — 1) процессы сбыта и заготовок (приобретения) между организациями, а также между отдельными фирмами или между предприятием и другими институтами. Маркетинговая деятельность, связанная с политикой сбыта между поставщиками и потребителями в секторе производства продукции производственно-технического назначения, между предприятиями перерабатывающей промышленности и предприятиями торговли, а также между фирмами общественными институтами; 2) маркетинг взаимодействия, включающий сферу трех субъектов: предприятия-производители; предприятияпотребители производственные; предприятия-потребители общественные; 3) маркетинг между организациями. Межфирменный маркетинг. Разновидность промышленного маркетинга.

взаимодействия — 1) перспективная Маркетинг концепция сервисного предпринимательства, ориентированная на охват всех ресурсов и видов процессе организации, планирования деятельности В И управления коммуникациями со всеми субъектами рыночной сети на каждой стадии жизненного цикла товара. Концепция, ориентированная на долгосрочные взаимоотношения с клиентом и на удовлетворение целей, участвующих в коммуникациях (сделках) сторон; 2) метод организации маркетинга по принципу распределения, расширения ответственности за понимание и

функций маркетинга среди всего персонала фирмы от работника, непосредственно обслуживающего клиента, до высшего руководства фирмы.

Методы прогнозирования — научное предвидение, основанное на анализе фактических данных прошлого и настоящего исследуемого объекта. По величине выделяют краткосрочные (до 1,5 периода укрепления прогнозы лет); прогнозы (5 лет); долгосрочные прогнозы (10—15 среднесрочные лет), основанные на системе прогнозов различных составляющих. По форме представления прогнозы делятся на количественные и качественные; по охвату прогнозированием объекта исследования прогнозы бывают общими и частными.

первичной информации — 1) наблюдение — Методы сбора возможных способов сбора первичных данных, когда исследователь ведет непосредственное наблюдение за людьми и обстановкой; 2) эксперимент метод сбора первичной информации, при котором исследователь отбирает сопоставимые между собой субъекты, создает для этих групп разную обстановку осуществляет контроль за переменными составляющими И основных характеристик субъектов. На основании результатов контроля анализируются причинно-следственные связи и делаются заключения о первичной информации; 3) опрос сбора первичной информации метод при описательных исследованиях. Формой опроса является интервью, которое может проводиться по телефону. Это лучший метод скорейшего сбора информации. В ходе его интервьюер имеет возможность объяснить непонятные для респондента вопросы. Самым универсальным из всех методов проведения опроса, но самым дорогим из них, является личное интервью. Оно требует тщательного планирования и контроля. Личное интервью бывает индивидуальное и групповое.

Мотивация — 1) процесс интенсификации мотивов индивидуума или их группы с целью активизации их действий по принятию решения об удовлетворении какой-то потребности; 2) побуждающие действия, оказывающие влияние на активность покупателя в процессе принятия им решения о покупке.

Организация маркетинга — это нахождение и построение определенной структурной системы соотношений элементов, характеризующих рыночные

отношения. Построение такой модели не является самоцелью, а служит своего рода инструментом для управления маркетинговыми функциями.

План маркетинга — детальное последовательное изложение мероприятий, с помощью которых достигаются поставленные цели маркетинга.

Планирование маркетинга — процесс, процедура, связанная с составлением плана маркетинга, с выбором стратегий маркетинга, нацеленных на рост объема продаж товара и максимизацию прибыли фирмы.

Позиционирование товара на рынке — действия по обеспеченности товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга

Сделка — 1) коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами, это действия физических и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав или обязанностей. Сделка является основной единицей измерения в сфере маркетинга; 2) общая целевая функция, посредством которой соотносятся цели производителя и потребителя в системе обмена ценностями.

Сегмент рынка — совокупность, группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга.

Сегментация рынка — разделение, разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга.

Синергетический эффект в системе маркетинга — результат ориентации всех субъектов маркетинговой системы в процессе их взаимодействия на нужды потребителя, потребностей. удовлетворение его Достигается благодаря координации надлежащему планированию, И организации процесса взаимодействия участвующих в процессе совместного предпринимательства, кооперирования субъектов. Может быть положительным (2 × 2 = 5) и отрицательным (2 × 2 < 4) в зависимости от эффективности взаимодействия партнеров, наличия, отсутствия или возможности предсказания и предотвращения отрицательных обратных связей, возмущающих процесс взаимодействия Величина синергетического эффекта факторов. независимых элементов

маркетинговой системы больше, чем сумма эффектов этих элементов, действующих независимо.

Система маркетинговых коммуникаций — 1) совокупность субъектов (отправителей и получателей), средств, каналов, прямых (сообщений) и обратных (реакция получателя) связей в процессе взаимодействия маркетинговой системы с внешней средой; 2) совокупность форм и средств межчеловеческого взаимодействия.

Случай обслуживания — прикладная форма установления производителем истинной потребности в товаре либо услуге и удовлетворение этих установленных потребностей в соответствии со стандартом; это условная потребительская группа, наполненная конкретизированным взаимоотношением потребителя и производителя.

Спрос — категория, присущая товарному хозяйству и проявляющаяся в сфере обмена, торговли. Спрос выражает постоянно меняющуюся совокупную общественную потребность, представленную на рынке в различных товарах, складывающуюся из множества конкретных требований массы потребителей, отличающихся большим разнообразием.

Структура маркетинга — это конкретное сочетание его элементов для достижения поставленных целей и удовлетворения целевого рынка (А.А. Лебедев, 1997). Вычленение и исследование элементов предполагаемой структурной модели маркетинговой системы позволяет выделить и дать описание основным понятиям, используемым в человеческой деятельности рыночных отношений. Эти большинством понятия И элементы признаны авторов, занимающихся проблемами Для понимания модели маркетинговой рынка. системы методологически правомерно привести возможные их определения.

Суверенитет потребителя — независимость потребительского права, которое является самостоятельным направление права, представляющим собой совокупность норм, правил и инструкций, направленных на защиту потребителя на рынке товаров и услуг

Товар — 1) экономическая категория, которую в самом общем виде можно определить как продукт, реализуемый на рынке. Объект купли-продажи;

2) совокупность основных потребительских характеристик продукта, которые удовлетворяют определенные потребности покупателя; 3) предоставляемые потребителем услуги и льготы, дополняющие продукт и облегчающие его реализацию; 4) «окружение» продукта как такового (дизайн продукта, качество продукта, его оформление, марка, упаковка).

Товарная политика — совокупность мероприятий и стратегий, ориентированных на постановку и достижение предпринимательских целей, которые включают выход нового товара или группы товаров на рынок (инновация), модернизацию уже находящихся на рынке товаров (вариация) или вывод из производственной программы выпускаемого товара (элиминация), а также ассортиментную политику.

Товарные стратегии — 1) главные принципиальные направления товарной политики, следуя которым предприятие может обеспечивать стабильный объем продаж и прибыль на всех стадиях жизненного цикла продукта. К товарным стратегиям обычно относят: инновацию, вариацию, элиминацию товара или услуги; 2) разработка направлений оптимизации товарной номенклатуры и определение ассортимента товаров, которые создают условия для стабильной конкурентоспособности и эффективной деятельности фирмы.

Уникальное торговое предложение — основная черта, характеристика или свойство, присущее предмету рекламы, выгодно отличающее его от конкурентов и привлекательное для потребителей. Поясняя этот термин, Р. Ривс указывал, что эффективная стратегия рекламирования, которую он назвал уникальным торговым предложением (УТП), должна удовлетворять трем основным условиям: 1) каждое рекламное объявление должно содержать конкретное предложение для потребителя: купи именно этот товар и получи именно эту специфическую выгоду; 2) предложение должно быть таким, какого конкурент либо не может дать, либо просто не выдвигает. Оно должно быть уникальным. Его уникальность должна быть связана либо с уникальностью товара, либо с утверждением, которого еще не делали в данной сфере рекламы; 3) предложение должно быть настолько сильным, чтобы оно могло привлечь к потреблению новых потребителей.

Упаковка — 1) тара, материал, в который помещается товар. Предназначается для сохранения свойств товара после его изготовления, а также придания грузу компактности для удобства перевозки; 2) разработка и производство вместилища или оболочки для товара; 3) важнейший носитель рекламы.

Услуга — 1) мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо; 2) поступающие на рынок потребительские стоимости, которые преимущественно не приобретают овеществленные формы; 3) вид деятельности или благ, который одна сторона может предложить другой.

Целевой рынок — рынок, выбранный в результате исследования рынков сбыта той или иной продукции или услуги, характеризующийся минимальными расходами на маркетинг и обеспечивающий для фирмы основную долю результата ее деятельности (прибыли или других критериев цели вывода на рынок товара или услуги).

Цена — 1) денежное выражение стоимости, сумма денег, которую потребители должны уплатить для получения товара. Назначенная фирмой цена должна соответствовать воспринимаемой ценности предложения; 2) эффективный инструмент маркетинга-микса, комплекса маркетинга.

Ценовая политика — совокупность мероприятий и стратегий по управлению ценами и ценообразованием, искусство установления на товары (услуги) таких цен, которые соответствовали бы затратам на производство, конъюнктуре рынка, удовлетворяли покупателя и приносили плановую прибыль. Ценовая политика рассматривается только в контексте общей политики фирмы.

Экономическая эффективность маркетинговой деятельности — 1) относительный многообразный (по всем этапам процесса маркетинга) результат, отвечающий конечным и промежуточным целям осуществления маркетинговой деятельности; 2) отношение эффекта (результата) от проведения маркетинговой деятельности ко всем затратам, сопровождающим этот процесс; 3) отдача затрат, связанных с маркетинговой деятельностью, которая может оцениваться в виде отношения эффекта, результата, выраженного в натуральной (вещественной или невещественной) или стоимостной (ценовой) формах к

затратам всех необходимых ресурсов (материально-технических, трудовых и др.) для организации и осуществления маркетинговой деятельности.

Экономическая эффективность маркетинговых мероприятий — 1) отношение результата (эффекта) от проведения маркетинговых мероприятий ко всей совокупности затрат, необходимых для их осуществления; 2) показатель эффективности комплекса маркетинга (маркетинга-микса). Измеряется в натуральной (вещественной и невещественной) и стоимостной формах.

Эффективность маркетинговой системы — 1) показатель способности маркетинговой системы обеспечивать непрерывный процесс формирования воспроизводства спроса на товары и услуги при заданном уровне затрат на маркетинг; 2) критерий, показатель качества функционирования маркетинговой системы; 3) комплексный показатель результативности взаимодействия субъектов маркетинговой системы в процессе обмена ресурсами.

Эффективность принятия маркетингового решения — 1) мера полезности, относительный результат цены экономического риска от выбранного варианта решения маркетинговой задачи из множества рассматриваемых (возможных) альтернатив; 2) способность выбранного варианта решения маркетинговой задачи приносить экономический эффект.