

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.09.2021 10:19:03
Уникальный программный идентификатор:
24f866be2aca16484076a8abb3c509a9571e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании Педагогического совета колледжа

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

29.12.2020 г.

протокол № 4

Директор колледжа _____ А.Э. Чечулин



(подпись)

20 января 2021 г.

протокол № 6

Председатель _____ Д.А. Карх



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

Наименование междисциплинарного курса Выполнение работ по профессии "Агент банка"

Специальность 38.02.07 Банковское дело

Форма обучения очная

Год набора 2021

Разработана:

Преподаватель,
В.В. Пищулов

Екатеринбург
2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	4
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП	4
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	28
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	28
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	30
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	35
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	35
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	36
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	36

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена, разработанной в соответствии с ФГОС СПО

ФГОС СПО	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело . (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 67)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс «Выполнение работ по профессии Агент Банка» является частью ПМ.03 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Целями освоения междисциплинарного курса «Выполнение работ по профессии Агент Банка» является формирование системы знаний и умений, соответствующих профессиональным компетенциям, необходимым для овладения указанным видом профессиональной деятельности.

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:

Знать:

- определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта;
- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;
- параметры и критерии качества банковских услуг;
- понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;
- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;
- определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;
- понятие продуктовой линейки банка и ее структуру;
- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
- основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;
- организационно-управленческую структуру банка;
- составляющие успешного банковского бренда;
- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;
- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;
- особенности продажи банковских продуктов и услуг;
- основные формы продаж банковских продуктов;
- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;
- условия успешной продажи банковского продукта;
- этапы продажи банковских продуктов и услуг;
- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;
- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;
- способы продвижения банковских продуктов;
- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;
- принципы взаимоотношений банка с клиентами;
- психологические типы клиентов;
- приёмы коммуникации;
- способы выявления потребностей клиентов;
- каналы для выявления потенциальных клиентов.

Уметь:

- осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг;
- выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк;
- выявлять потребности клиентов;

- определять преимущества банковских продуктов для клиентов;
- ориентироваться в продуктовой линейке банка;
- консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка;
- консультировать клиентов по тарифам банка;
- выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка;
- формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;
- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;
- переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка;
- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;
- осуществлять обмен опытом с коллегами;
- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;
- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;
- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.

Иметь практический опыт:

- консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам

В результате анализа профессиональных стандартов и сопоставления их требований с требованиями ФГОС дополнительно к инвариантным определены вариативные результаты обучения, подлежащие формированию при освоении программы данной учебной дисциплины (Приложение 8):

Знать:

- правила делового общения с клиентами;
- методы и приемы анализа эффективности платежных услуг.

Уметь:

- разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме;
- оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями;
- сравнивать показатели эффективности платежных услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 4						
	0	120	64	56	1	0
Семестр 5						
Зачет с оценкой	0	82	42	40	29	0
	0	202	106	96	30	0

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП

В результате освоения ООП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС СПО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<p>ПК 1.5. Осуществлять международные расчеты по экспортно-импортным операциям;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов;

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;- условия успешной продажи банковского продукта;- этапы продажи банковских продуктов и услуг;- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов. |
|--|---|

<p>ПК 1.6. Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 1.3. Осуществлять расчетное обслуживание счетов бюджетов различных уровней;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сравнить показатели эффективности платежных услуг. - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта;
---	--

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- этапы продажи банковских продуктов и услуг;- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 1.4. Осуществлять межбанковские расчеты;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 2.3. Осуществлять сопровождение выданных кредитов;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 2.4. Проводить операции на рынке межбанковских кредитов;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 2.1. Оценивать кредитоспособность клиентов;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
---	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. - разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме; - оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;- условия успешной продажи банковского продукта;- этапы продажи банковских продуктов и услуг;- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов. |
|--|---|

<p>ПК 2.5. Формировать и регулировать резервы на возможные потери по кредитам.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов |
|--|---|

<p>ПК 1.2. Осуществлять безналичные платежи с использованием различных форм расчетов в национальной и иностранной валютах;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

	<ul style="list-style-type: none">- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;- способы продвижения банковских продуктов;- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;- принципы взаимоотношений банка с клиентами;- психологические типы клиентов;- приёмы коммуникации;- способы выявления потребностей клиентов;- каналы для выявления потенциальных клиентов
--	---

<p>ПК 1.1. Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов;</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; - выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; - выявлять потребности клиентов; - определять преимущества банковских продуктов для клиентов; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка; - консультировать клиентов по тарифам банка; - выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; - формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; - использовать личное имиджевое воздействие на клиента; - переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; - формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; - осуществлять обмен опытом с коллегами; - организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг; - использовать различные формы продвижения банковских продуктов; - осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; - классификацию банковских операций; - особенности банковских услуг и их классификацию; - параметры и критерии качества банковских услуг; - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; - структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; - понятие продуктовой линейки банка и ее структуру; - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности; - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; - понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - основные формы продаж банковских продуктов; - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов; - отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг; - способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам; - способы продвижения банковских продуктов; - правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг; - принципы взаимоотношений банка с клиентами; - психологические типы клиентов; - приёмы коммуникации; - способы выявления потребностей клиентов; - правила делового общения с клиентами; - методы и приемы анализа эффективности платежных услуг
--	---

Общие компетенции (ОК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования
<p>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации

<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составить план действия; - определить необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
<p>ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей;</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
<p>ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность профессиональной сфере.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы финансовой грамотности; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты
<p>ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - правила делового общения с клиентами;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений.
---	---

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 4		121					
Тема 1.	Банковская триада. Качество банковских услуг.	28	22		6		
Тема 2.	Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке.	16	10		6		
Тема 3.	Продуктовая линейка банка	34	16		18		
Тема 4.	Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов.	43	16		26	1	
Семестр 5		111					
Тема 5.	Виды каналов продаж банковских продуктов.	26	14		12		
Тема 6.	Продвижение банковских продуктов.	28	14		14		
Тема 7.	Формирование клиентской базы.	57	14		14	29	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1.	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 2	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 3.	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов

Тема 4.	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 5.	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 6	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 7	Кейс-задание	Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента.	Оценивается от 2 до 5 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
5 семестр (ЗаО)	Билет для зачёта	Билет состоит из двух теоретических вопросов и одного практико-ориентированного задания	Оценивается от 2 до 5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ООП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин (предметов) и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Банковская триада. Качество банковских услуг.

Понятия «банковская операция», «банковский продукт» и «банковская услуга» и их взаимосвязь. Классификация банковских операций.

Активные операции. Пассивные операции. Посреднические операции банка.

Классификация банковских услуг по критериям: категория клиентов, степень индивидуализации подхода к клиенту, срок предоставления, степень сложности, степень доходности, степень риска, новизна.

Особенности банковских услуг. Базовые: неосязаемость, непостоянство качества, неотделимость от источника предоставления, невозможность хранения.

Особенности банковских услуг. Функциональные: обеспечение экономики платежными средствами, регулирование количества денег в обращении, ориентация на универсальную деятельность, связь со всеми секторами экономики.

Особенности банковских услуг. Специфические: жесткое государственное регулирование, закрытость для третьих лиц, использование различных форм денег, прибыльность и риск.

Особенности банковских услуг. Характерные: большая протяженность во времени, индивидуализированный характер, дифференцированность, зависимость от доверия клиентов и

Тема 2. Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке.

Понятие жизненного цикла банковского продукта.

Этапы жизненного цикла банковского продукта.

Понятие цены на банковский продукт.

Особенности ценообразования в банке.

Ценовая политика. Тарифы на банковские услуги.

Тема 3. Продуктовая линейка банка

Понятие продуктовой линейки. Иерархический метод классификации банковских услуг.

Основные критерии классификации банковских услуг.

Показатели, характеризующие продуктовую линейку банка.

Система управления продуктами коммерческого банка.

Банковские продукты частным лицам: вклады, кредиты, банковские карты, платежи и переводы.

Продуктовая линейка для корпоративных клиентов.

Особенности банковских продуктов для малого, среднего и крупного бизнеса.

Основные продукты для финансовых учреждений: расчетные продукты, инвестиционно-банковские продукты, торговое финансирование.

Тема 4. Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов.

Организационно-управленческая структура банка.

Составляющие бренда банка: нейм, слоган, логотип, философия (миссия и ценности).

Составляющие успешного банковского бренда. Лояльность клиентов к банковскому бренду.

Крупнейшие мировые и российские банковские бренды.

Ребрендинг и рестайлинг, их причины и последствия.

Бренды по направлениям бизнеса. Продуктовые бренды.

Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка.

Факторы, определяющие банковскую конкуренцию. Вилы банковских рейтингов.

Тема 5. Виды каналов продаж банковских продуктов.

Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки – стационарная форма и дистанционная форма продажи.

Кредитование покупок через интернет. Электронные каналы продаж банковских продуктов. Преимуществами системы Интернет-банкинга для клиента и для банка. Система «Мобильный банк».

Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Методы продажи банковских продуктов и услуг. Организация послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов. Отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг.

Перекрестные продажи cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов. Примеры традиционного пакетирования банковских продуктов. Прямая продажа (directselling). POS-кредитование (POS — Point Of Sale).

Продажи массового характера (банковский ритейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет».

Политика банка в области продаж банковских продуктов. Организация продаж банковских продуктов. Фронт–офис продаж банка. Клиентоориентированный подход. Условия успешной продажи банковского продукта.

Процесс принятия клиентом решения о приобретении той или иной услуги (банковского продукта). Формирование навыков агентов по продаже банковских продуктов. Поддержка, контроль и оценка эффективности продаж.

Тема 6. Продвижение банковских продуктов.

Понятие продвижения банковских продуктов. Коммуникативные связи банка с рынком. Элементы комплекса продвижения.

Мотивационные факторы частных и корпоративных клиентов банка. Способы продвижения банковских продуктов. Банковская реклама и связи с общественностью. .

Имиджевая реклама или брендинг. Продуктовая реклама или стимулирование сбыта.

Формирование общественного мнения (Public Relation). Поддержание связи с органами власти (Government Relations). Спонсоринг, выставки, product placement (реклама в неявной форме).

Связи с инвесторами или IR (Invest Relations). Связи со СМИ или MR (Media Relations).

Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.

Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.

Тема 7. Формирование клиентской базы.

Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Психологические типы клиентов.

Понятие принципов взаимоотношений банка с клиентами. Принципы взаимной заинтересованности, платности, рациональной деятельности, обеспечения ликвидности. и.

Принципы взаимной обязательности, доверительных отношений, ответственности, невмешательства, договорных отношений, законопослушания, дифференцированность

Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды.

Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации.

Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.

Способы выявления потребностей клиентов.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Банковская триада. Качество банковских услуг.

Практическая работа №1.1 «Решение ситуационных задач по выявлению мнений клиентов о качестве банковских услуг»

Кейс «Удовлетворенность клиентов банковским обслуживанием снизилась, число претензий растет».

Практическая работа №1.2 «Решение ситуационных задач по выявлению мнений клиентов о качестве банковских услуг»

Кейс «Персональный подход: какой сервис хотят клиенты».

Практическая работа 1.3. «Определение преимуществ банковских продуктов для потребителей».

Выполнение практических заданий по теме

<p>Тема 2. Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке. Практическая работа №2.1 «Консультирование клиентов по тарифам банка». Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №2.2 Кейс «Проблемы ценообразования в банках». Практическая работа №2.3 "Определение ценовой политики банка" Выполнение практических заданий по теме.</p>
<p>Тема 3. Продуктовая линейка банка Практическая работа №3.1 «Консультирование по выбору банковских продуктов для корпоративных клиентов» Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №3.2 Кейс «Выявление потребностей клиентов». Практическая работа №3.3 «Консультирование потенциальных клиентов по выбору банковских продуктов для детей и молодежи». Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №3.4 Кейс «Стандартный набор банковских продуктов для основных сегментов рынка корпоративных клиентов». Практическая работа №3.5 Кейс «Недетская выгода банковских продуктов для детей и молодежи». Практическая работа №3.6 Кейс «Что хочет от банков поколение миллениум». Практическая работа №3.7 Кейс «Выбор банковского продукта для физического лица» Практическая работа №3.8 Изучение стратегии развития банка в области продуктовой политики. Выполнение практических заданий по теме</p>
<p>Тема 4. Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов. Практическая работа №4.1 Кейс «Формирование положительного мнения у потенциальных клиентов о деловой репутации банка». Практическая работа №4.2 «Поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг». Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.3 Кейс «Запоминающийся образ банка». Практическая работа №4.4 Кейс «Сила банковского бренда». Практическая работа №4.5 «Анализ рейтингов банка по данным различных агентств». Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.6 «Оценка конкурентной позиции банка на рынке банковских продуктов» Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.7 Работа с сайтом АРБ (http://arb.ru/) – определение качества банковского продукта в соответствии со Стандартом качества вкладов физических лиц. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.8 Работа с официальным сайтом исследуемого банка: ознакомление с тарифами на банковские услуги. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.9 Анализ корпоративных стандартов обслуживания клиентов. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.10 Изучение политики банка в области корпоративной социальной ответственности. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.11 Изучение модели компетенций сотрудников банка. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.12 Изучение системы оценки результатов деятельности сотрудников. Выполнение практических заданий по теме Практическая работа №4.13 Изучение системы оценки качества обслуживания клиентов.</p>

<p>Тема 5. Виды каналов продаж банковских продуктов. Практическая работа №5.1 «Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка». Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа №5.2 «Первый звонок» Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа №5.3 «Расчет расходов на обслуживание клиентов через систему дистанционного банковского обслуживания». Выполнение практических заданий по теме</p>
<p>Тема 6. Продвижение банковских продуктов. Практическая работа №6.1 Кейс «Банковская реклама» Практическая работа №6.2 «Рекламируем наш банк». Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа №6.3 Кейс «Работа банков в социальных сетях». Практическая работа №6.4 Кейс «Благотворительность».</p>
<p>Тема 7. Формирование клиентской базы. Практическая работа №7.1 «Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов». Выполнение практических заданий по теме.</p> <p>Практическая работа №7.2 «Реклама для VIP-клиентов банка». Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа №7.3 Кейс «Private banking -сервис мирового уровня». Практическая работа №7.4 Кейс «Интернет-банкинг».</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 4. Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов. Самостоятельное чтение литературы по предмету.</p>
<p>Тема 7. Формирование клиентской базы. Самостоятельное чтение и изучение литературы по предмету. Подготовка к дифференцированному зачёту</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
 Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
 Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
 Курсовые работы не предусмотрены

7.4. Электронное портфолио обучающегося
 Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
 Материалы не предусмотрены

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
 Материалы не предусмотрены

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Тавасиев А. М. Банковское дело в 2 ч. Часть 2. Технологии обслуживания клиентов банка. [Электронный ресурс]: Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 301 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453605>

2. Мартыненко Н. Н., Маркова О. М., Рудакова О. С., Сергеева Н. В. Банковское дело в 2 ч. Часть 2. [Электронный ресурс]: Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 368 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/452206>

3. Тавасиев А. М. Банковское дело в 2 ч. Часть 1. Общие вопросы банковской деятельности. [Электронный ресурс]: Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 186 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453604>

4. Мартыненко Н. Н., Маркова О. М., Рудакова О. С., Сергеева Н. В. Банковское дело в 2 ч. Часть 1. [Электронный ресурс]: Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 217 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/452205>

5. Исаев Р.А. Банковский менеджмент и бизнес-инжиниринг. [Электронный ресурс]: В 2 т. Том 1 : Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 286 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1088282>

6. Радюкова Я.Ю., Чернышова О.Н. Банковский менеджмент. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 379 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1014639>

Дополнительная литература:

1. Папкина О.В. Деловые коммуникации. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2019. - 160 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/999587>

2. Стародубцева Е.Б. Основы банковского дела. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2020. - 288 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1055101>

3. Банковское дело. Учебник для СПО в 2 ч. : учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. Ч. 1. [Электронный ресурс]:. - Москва: Юрайт, 2018. - 312 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/421444>

4. Банковское дело. Учебник для СПО в 2 ч. : учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. Ч. 2. [Электронный ресурс]:. - Москва: Юрайт, 2018. - 301 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/421445>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.