

**Алтайский институт экономики - филиал
частного образовательного учреждения высшего образования
«Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

М.А. Трухин

«30» июня 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП.12 ПРОДАЖА И ПРОДВИЖЕНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

| | |
|--|----------------------------|
| Специальность СПО: | 38.02.07 Банковское дело |
| Форма обучения: | очная, заочная |
| Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППСЗ: | основное общее образование |
| Профиль получаемого профессионального образования: | социально-экономический |

**Барнаул
2022**

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.07 Банковское дело.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

учебная дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Процесс изучения дисциплины способствует формированию следующих компетенций:

| Код | Содержание компетенции |
|--------|--|
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; |
| ОК 02 | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности; |
| ОК 03 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие; |
| ОК 04 | Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; |
| ОК 09 | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности; |
| ОК 10 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках; |
| ОК 11 | Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. |
| ПК 1.1 | Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов |
| ПК 1.4 | Осуществлять межбанковские расчеты |
| ПК 1.6 | Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт |
| ПК 2.2 | Осуществлять и оформлять выдачу кредитов |

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен 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.

знать:

- 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.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 42 часа, в том числе:

очная форма обучения

аудиторной учебной нагрузки обучающегося 42 часа;

заочная форма обучения

аудиторной учебной нагрузки обучающегося 24 часа;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

Учебная дисциплина введена за счет часов вариативной части ППССЗ.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

2.1.1. Очная форма обучения

| Вид учебной работы | Объем часов | Семестр |
|--|-------------|---------|
| | | 6 |
| Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего) | 42 | 42 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося (всего) | 42 | 42 |
| В том числе: | | |
| Лекционные занятия (ЛЗ) | 14 | 14 |
| Лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| Практические занятия, семинары (ПЗ) | 28 | 28 |
| Самостоятельная работа обучающегося (СР) | - | - |
| Контрольная работа | - | - |
| Форма промежуточной аттестации¹ | ДЗ | ДЗ |

2.1.2. Заочная форма обучения

| Вид учебной работы | Объем часов | Семестр | |
|--|-------------|---------|----|
| | | 7 | 8 |
| Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего) | 42 | 26 | 16 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося (всего) | 24 | 12 | 12 |
| В том числе: | | | |
| Обзорные, установочные занятия (ЛЗ) | 12 | 6 | 6 |
| Лабораторные работы (ЛР) | - | - | - |
| Практические занятия, семинары (ПЗ) | 12 | 6 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающегося (СР) | 18 | 14 | 4 |
| Контрольная работа | + | + | - |
| Форма промежуточной аттестации¹ | ДЗ | - | ДЗ |

¹ Формы промежуточной аттестации (ДЗ – дифференцированный зачет, З – зачет, Э – экзамен) указываются в соответствии с учебным планом. Если в семестре не предусмотрена промежуточная аттестация, в соответствующей ячейке таблицы указывается «-» (другие формы контроля в таблице не указываются).

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся | Объем часов | | | | | | | | Уровень освоения ¹ |
|--|---|-------------|-------------|----------|----------|---------------|-------------|----------|----------|-------------------------------|
| | | Очная форма | | | | Заочная форма | | | | |
| | | Всего | в том числе | | | Всего | в том числе | | | |
| ЛЗ | ПЗ+ЛР+КР | | СР | ЛЗ | ПЗ+ЛР+КР | | СР | | | |
| Раздел 1. Продажи банковских продуктов и услуг | | 12 | 4 | 8 | - | 15 | 4 | 4 | 7 | |
| Тема 1.1 Виды каналов продаж банковских продуктов | Содержание учебного материала | 6 | 2 | 4 | - | 7 | 2 | 2 | 3 | 1, 2 |
| | Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки – стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ритейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов. Примеры традиционного пакетирования банковских продуктов. Прямая продажа (directselling). POS-кредитование (POS — Point Of Sale). Кредитование покупок через интернет. Электронные каналы продаж банковских продуктов. Преимуществами системы Интернет-банкинга для клиента и для банка. Система «Мобильный банк». | | 2 | | | | 2 | | 3 | |
| | Практическое занятие Каналы продвижения банковских продуктов и услуг. Их особенности преимущества и недостатки. | | | 2 | | | | 1 | | |
| | Практическое занятие Выполнение заданий по сегментированию клиентской базы банка и позиционированию банковских продуктов. | | | 2 | | | | 1 | | |
| | Самостоятельная работа | | | | - | | | | | |
| Тема 1.2 Организация продаж банковских продуктов. | Содержание учебного материала | 6 | 2 | 4 | - | 8 | 2 | 2 | 4 | 1, 2 |
| | Политика банка в области продаж банковских продуктов. Организация продаж банковских продуктов. Фронт–офис продаж банка. Клиентоориентированный подход. | | 2 | | | | 2 | | 4 | |

¹ Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

| | | | | | | | | | | |
|--|---|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|---|
| | 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. 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 | | | | | | | | | |
| | Практическое занятие Анализ конкурентных преимуществ банка и его продуктов и услуг. Изучение маркетинговых действий конкурентов. Изучение рыночного спроса и предложения на банковские продукты и услуги. Прогнозирование спроса на банковские продукты и услуги. | | | 2 | | | | 1 | | |
| | Практическое занятие Описание различных видов банковских продуктов по схеме ОПЦ (Особенности – Преимущества – Ценности) Тренинг «Продажа банковских продуктов» (с применением различных методов продаж). | | | 1 | | | | 1 | | |
| | Практическое занятие Обслуживание клиентов персональными менеджерами. Использование информационных технологий в системе продаж банковских продуктов. | | | 1 | | | | | | |
| | Самостоятельная работа | | | | | | | | | - |
| Раздел 2. Приемы и методы взаимодействия с клиентом на различных этапах продаж банковских продуктов и услуг | | 18 | 6 | 12 | - | 18 | 6 | 4 | 8 | |
| Тема 2.1. Формирование клиентской базы | Содержание учебного материала | 6 | 2 | 4 | - | 8 | 2 | 2 | 4 | |
| | 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. Принципы взаимной обязательности, доверительных отношений, ответственности, невмешательства, договорных отношений, законопослушания, | | 2 | | | | 2 | | 4 | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|----|---|---|---|----|---|---|---|
| | дифференцированности. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам | | | | | | | | |
| | Практическое занятие Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов. | | | 1 | | | | 1 | |
| | Практическое занятие Исследование покупательских предпочтений. Формирование конкурентного продуктового предложения. Выбор стратегии продаж | | | 1 | | | | - | |
| | Практическое занятие Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка. | | | 2 | | | | 1 | |
| | Самостоятельная работа | | | | | | | - | |
| Тема 2.2. Коммуникативная природа процесса продаж. | Содержание учебного материала | 12 | 4 | 8 | - | 10 | 4 | 2 | 4 |
| | Особенности коммуникативного процесса в банках. Структура коммуникативного процесса. Вербальные и невербальные средства коммуникаций. Роль эффективных коммуникаций в продаже банковских продуктов и услуг. Типология клиентов (покупателей) и способы их визуальной оценки. Характерные отличия клиентов разных типов и рекомендации по общению с ними. Потребности клиентов. Способы выявления потребностей клиентов. Поведение клиентов и методы его изучения. Моделирование поведения клиентов. Профессиональные и личностные качества менеджера по продажам банковских продуктов и услуг. | | 4 | | | | 4 | | |
| | Практическое занятие Техника установления контакта с клиентом. Приемы эффективного взаимодействия с незнакомым человеком. Выявление потребности в банковских услугах на основе интереса клиента. Технология работы с «холодным клиентом». | | | 2 | | | | 1 | 4 |
| | Практическое занятие Работа с возражениями клиентов. Оценка возражений. Методы рассмотрения возражений. Приемы и методы завершения продаж. Работа с отказами клиентов. | | | 2 | | | | 1 | |
| | Практическое занятие Конфликтные ситуации, возникающие при продажах и приемы их урегулирования. Послепродажные проблемы. Контроль за предоставлением услуги как один из способов | | | 2 | | | | - | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|----------|--|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | предотвращения послепродажных проблем. Стратегии послепродажного обслуживания. Приемы и методы построения эффективной системы обратной связи. | | | | | | | | | | |
| | Практическое занятие Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. | | | 2 | | | | | - | | |
| | Самостоятельная работа | | | | | | | | - | | |
| Раздел 3. Продвижение банковских продуктов | | 10 | 4 | 6 | - | | | 7 | 2 | 2 | 3 |
| Тема 3.1. Продвижение банковских продуктов | Содержание учебного материала | 10 | 4 | 6 | - | | | 7 | 2 | 2 | 3 |
| | 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. | | 4 | | | | | | 2 | | 3 |
| | Практическое занятие Использование различных форм продвижения банковских продуктов | | | 2 | | | | | | | |
| | Практическое занятие. Деловая игра «Новый банковский продукт». Анализ различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг. | | | 2 | | | | | | 1 | |
| | Практическое занятие Технология проведения презентации банковских продуктов и услуг. Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг | | | 2 | | | | | | 1 | |
| | Самостоятельная работа | | | | | | | | | | |
| | Дифференцированный зачет | 2 | | 2 | | | | 2 | | 2 | |
| ВСЕГО | | 42 | 14 | 28 | - | | | 42 | 12 | 12 | 18 |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации учебной дисциплины требуются специальные помещения:

1. учебная аудитория для проведения лекционных, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная специальной мебелью, компьютером с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, техническими средствами обучения, лицензионным программным обеспечением: операционная система MS Windows, пакет офисных программ Microsoft Office, антивирусная программа.
2. специализированная аудитория: «Кабинет деятельности кредитно-финансовых институтов», оснащенная специальной мебелью, компьютером с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, техническими средствами обучения и демонстрационными материалами, операционная система MS Windows, пакет офисных программ MS Office, антивирусная программа.
3. помещение для самостоятельной работы, оснащенное специальной мебелью, компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, лицензионным программным обеспечением: операционная система MS Windows, пакет офисных программ MS Office, антивирусная программа.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Основная литература

1. Банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева; под редакцией Н. Н. Мартыненко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09422-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470993>
2. Банковское дело в 2 ч. Часть 2: учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08471-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470994>
3. Операции банков с ценными бумагами. Валютные и сопутствующие операции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Алексева [и др.]; ответственный редактор Д. Г. Алексева, С. В. Пыхтин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11416-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457096>

Дополнительная литература

1. Алексева, Д. Г. Банковский вклад и банковский счет. Расчеты : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Алексева, С. В. Пыхтин, Р. З. Загиров ; ответственный редактор Д. Г. Алексева, С. В. Пыхтин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11414-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457097>
2. Алабина, Т. А. Банковский менеджмент: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. А. Алабина, И. Г. Грентикова, А. А. Юшкова. —

Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 107 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14138-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477263>

3. Банковские операции: учебное пособие / Лаврушин О.И., под ред., Валенцева Н.И., Ларионова И.В., Мамонова И.Д., Московская Н.А., Ольхова Р.Г., Соколинская Н.Э. — Москва: КноРус, 2021. — 379 с. — ISBN 978-5-406-07874-7. — URL: <https://book.ru/book/938243>. — Текст: электронный.

Периодические издания

1. Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал [Электронный ресурс]: журнал. — Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=37136

2. Финансы и учетная политика [Электронный ресурс]: журнал. — Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=64970

3. Экономика. Бизнес. Право [Электронный ресурс]: журнал. — Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=48953

Базы данных и информационные справочные системы

1. ibooks.ru: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <https://ibooks.ru>

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <http://libume.ru>

3. Юрайт: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <https://urait.ru/>

4. eLibrary.ru: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <http://elibrary.ru>

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <https://arch.neicon.ru/xmlui/>

6. КиберЛенинка: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: информационная справочная система <http://cyberleninka.ru>

7. Экономический портал [Электронный ресурс]: информационная справочная система. <http://institutiones.com>

8. Лань: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <https://e.lanbook.com>

9. Экономика. Социология. Менеджмент [Электронный ресурс]: федеральный образовательный портал: информационная справочная система <http://ecsocman.hse.ru>

10. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: профессиональная база данных <https://minfin.gov.ru/ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|--|---|
| <p><i>уметь:</i></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><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 | <p>Оценка результатов практических занятий, решения прикладных задач</p> <p>Устный фронтальный и индивидуальный опрос</p> <p>Проверка решения задач</p> <p>Оценка результатов тестирования</p> <p>Оценка рефератов, других творческих работ обучающихся, в том числе компьютерных презентаций по темам</p> <p>Выполнение дополнительных заданий по собственной инициативе обучающихся</p> |

| | |
|--|--|
| продуктам и услугам; <ul style="list-style-type: none">• 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. | |
|--|--|

Приложение 1

Распределение часов вариативной части

Дисциплина введена за счет часов вариативной части ППСЗ.

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в **Приложении 2**.