

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

М.А. Трухин

«29» июня 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП.12 ПРОДАЖА И ПРОДВИЖЕНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Специальность СПО:	38.02.07 <i>Банковское дело</i>
Форма обучения:	Очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППСЗ:	Основное общее образование
Профиль получаемого профессионального образования:	Социально-экономический

Барнаул

2023

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**

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

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;

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
		б
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

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).

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов				Уровень освоения ¹
		Очная форма				
		Всего	в том числе			
ЛЗ	ПЗ + ЛР + КР		СР			
Раздел 1. Продажи банковских продуктов и услуг		12	4	8	-	
Тема 1.1 Виды каналов продаж банковских продуктов	Содержание учебного материала 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	6	2	4	-	1, 2

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)

	<p>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».</p>				
	<p>Практическое занятие Каналы продвижения банковских продуктов и услуг. Их особенности преимущества и недостатки.</p>			2	
	<p>Практическое занятие Выполнение заданий по сегментированию клиентской базы банка и позиционированию банковских продуктов.</p>			2	
	<p>Самостоятельная работа</p>				-
<p>Тема 1.2 Организация продаж банковских продуктов.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	6	2	4	-
	<p>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. 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</p>		2		
	<p>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.</p>			2	
	<p>Практическое занятие Описание различных видов банковских продуктов по схеме ОПЦ (Особенности – Преимущества – Ценности) Тренинг «Продажа банковских продуктов» (с применением различных методов продаж).</p>			1	
	<p>Практическое занятие Обслуживание клиентов персональными менеджерами. Использование информационных технологий в системе продаж банковских продуктов.</p>			1	
	<p>Самостоятельная работа</p>				-
<p>Раздел 2. Приемы и методы взаимодействия с клиентом на различных этапах продаж банковских продуктов и услуг</p>		18	6	12	-
<p>Тема 2.1. Формирование клиентской базы</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	6	2	4	-
	<p>Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Психологические типы клиентов. Понятие принципов взаимоотношений банка с клиентами. Принципы взаимной заинтересованности, платности,</p>		2		

	<p>рациональной деятельности, обеспечения ликвидности. Принципы взаимной обязательности, доверительных отношений, ответственности, невмешательства, договорных отношений, законопослушания, дифференцированности. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды.</p> <p>Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам</p>					
	<p>Практическое занятие Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.</p>			1		
	<p>Практическое занятие Исследование покупательских предпочтений. Формирование конкурентного продуктового предложения. Выбор стратегии продаж</p>			1		
	<p>Практическое занятие Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка.</p>			2		
	<p>Самостоятельная работа</p>					-
Тема 2.2. Коммуникативная природа процесса продаж.	<p>Содержание учебного материала</p>	12	4	8		-
	<p>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.</p>		4			
	<p>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».</p>			2		
	<p>Практическое занятие Работа с возражениями клиентов. Оценка возражений. Методы рассмотрения возражений. Приемы и методы завершения продаж. Работа с отказами клиентов.</p>			2		
	<p>Практическое занятие Конфликтные ситуации, возникающие при продажах и приемы их урегулирования. Послепродажные проблемы. Контроль за предоставлением услуги как один из способов предотвращения послепродажных проблем. Стратегии послепродажного обслуживания. Приемы и методы построения эффективной системы обратной связи.</p>			2		
	<p>Практическое занятие Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.</p>			2		
	<p>Самостоятельная работа</p>					-
Раздел 3. Продвижение банковских продуктов		10	4	6		-
Тема 3.1.	Содержание учебного материала	10	4	6		-

Продвижение банковских продуктов	<p>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.</p>			4		
	<p>Практическое занятие Использование различных форм продвижения банковских продуктов</p>			2		
	<p>Практическое занятие. Деловая игра «Новый банковский продукт». Анализ различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг.</p>			2		
	<p>Практическое занятие Технология проведения презентации банковских продуктов и услуг. Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг</p>			2		
	<p>Самостоятельная работа</p>					
	<p>Дифференцированный зачет</p>	2		2		
ВСЕГО		42	14	28	-	

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 маркетинга», 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. Алексеева [и др.] ; ответственные редакторы Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11416-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518418>

Дополнительная литература

1. Алексеева, Д. Г. Банковский вклад и банковский счет. Расчеты : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин, Р. З. Загиров ; ответственные редакторы Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11414-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518419>
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> <https://urait.ru/bcode/477263>

3. Банк и банковские операции : учебник / Н.Е. Бровкина, С.Б. Варламова, А.В. Гаврилин [и др.] ; под ред. О.И. Лаврушина. — Москва : КноРус, 2022. — 268 с. — ISBN 978-5-406-09359-7. — URL:<https://book.ru/book/943048> <https://book.ru/book/943048>

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://instituciones.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/>

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	<p>Оценка результатов практических занятий, решения прикладных задач</p> <p>Устный фронтальный и индивидуальный опрос</p>

<p>клиентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 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>Проверка решения задач Оценка результатов тестирования Оценка рефератов, других творческих работ обучающихся, в том числе компьютерных презентаций по темам Выполнение дополнительных заданий по собственной инициативе обучающихся</p>
---	--

Распределение часов вариативной части

Дисциплина введена за счет часов вариативной части ППСЗ.

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