

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

---

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор филиала

М.А. Трухин

«30» июня 2023 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 ППССЗ:	среднее общее образование

**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;

*заочная форма обучения*

аудиторной учебной нагрузки обучающегося 24 часа;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

Учебная дисциплина введена за счет часов вариативной части ППСЗ.

## 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
		4
<b>Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	42	42
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	42	42
В том числе:		
Лекционные занятия (ЛЗ)	14	14
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические занятия, семинары (ПЗ)	28	28
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СР)</b>	-	-
<b>Контрольная работа</b>	-	-
<b>Форма промежуточной аттестации<sup>1</sup></b>	ДЗ	ДЗ

#### 2.1.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестр	
		5	6
<b>Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	42	26	16
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	24	12	12
В том числе:			
Обзорные, установочные занятия (ЛЗ)	12	6	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Практические занятия, семинары (ПЗ)	12	6	6
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СР)</b>	18	14	4
<b>Контрольная работа</b>	+	+	-
<b>Форма промежуточной аттестации<sup>1</sup></b>	ДЗ	-	ДЗ

<sup>1</sup> 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 <sup>1</sup>
		Очная форма				Заочная форма				
		Всего	в том числе			Всего	в том числе			
ЛЗ	ПЗ+ЛР+КР		СР	ЛЗ	ПЗ+ЛР+КР		СР			
<b>Раздел 1. Продажи банковских продуктов и услуг</b>		<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	
<b>Тема 1.1 Виды каналов продаж банковских продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	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	
	<b>Практическое занятие</b> Каналы продвижения банковских продуктов и услуг. Их особенности преимущества и недостатки.			2				1		
	<b>Практическое занятие</b> Выполнение заданий по сегментированию клиентской базы банка и позиционированию банковских продуктов.			2				1		
	<b>Самостоятельная работа</b>				-					
<b>Тема 1.2 Организация продаж банковских продуктов.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	1, 2
	Политика банка в области продаж банковских продуктов. Организация продаж банковских продуктов. Фронт–офис продаж банка. Клиентоориентированный подход.		2				2		4	

<sup>1</sup> 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									
	<b>Практическое занятие</b> 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		
	<b>Практическое занятие</b> Описание различных видов банковских продуктов по схеме ОПЦ (Особенности – Преимущества – Ценности) Тренинг «Продажа банковских продуктов» (с применением различных методов продаж).			1				1		
	<b>Практическое занятие</b> Обслуживание клиентов персональными менеджерами. Использование информационных технологий в системе продаж банковских продуктов.			1						
	<b>Самостоятельная работа</b>									-
<b>Раздел 2. Приемы и методы взаимодействия с клиентом на различных этапах продаж банковских продуктов и услуг</b>		<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 2.1. Формирование клиентской базы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	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									
	<b>Практическое занятие</b> Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.			1				1		
	<b>Практическое занятие</b> Исследование покупательских предпочтений. Формирование конкурентного продуктового предложения. Выбор стратегии продаж			1				-		
	<b>Практическое занятие</b> Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка.			2				1		
	<b>Самостоятельная работа</b>							-		
<b>Тема 2.2. Коммуникативная природа процесса продаж.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	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			
	<b>Практическое занятие</b> 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
	<b>Практическое занятие</b> Работа с возражениями клиентов. Оценка возражений. Методы рассмотрения возражений. Приемы и методы завершения продаж. Работа с отказами клиентов.				2				1	
	<b>Практическое занятие</b> 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.										
	<b>Практическое занятие</b> Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.			2					-		
	<b>Самостоятельная работа</b>								-		
<b>Раздел 3. Продвижение банковских продуктов</b>		<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>-</b>		<b>7</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Тема 3.1. Продвижение банковских продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>-</b>		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	
	<b>Практическое занятие</b> Использование различных форм продвижения банковских продуктов			2							
	<b>Практическое занятие.</b> Деловая игра «Новый банковский продукт». Анализ различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг.			2					1		
	<b>Практическое занятие</b> Технология проведения презентации банковских продуктов и услуг. Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг			2					1		
	<b>Самостоятельная работа</b>										
	<b>Дифференцированный зачет</b>	<b>2</b>		<b>2</b>			<b>2</b>		<b>2</b>		
<b>ВСЕГО</b>		<b>42</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>		<b>42</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	

### **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. Алексева [и др.] ; ответственные редакторы Д. Г. Алексева, 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. Алексева, Д. Г. Банковский вклад и банковский счет. Расчеты : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Алексева, С. В. Пыхтин, Р. З. Загиров ; ответственные редакторы Д. Г. Алексева, 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>

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](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](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](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=48953)

#### Базы данных и информационные справочные системы

1. [ibooks.ru](https://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](http://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"><li>• осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг;</li><li>• выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк;</li><li>• выявлять потребности клиентов;</li><li>• определять преимущества банковских продуктов для клиентов;</li><li>• ориентироваться в продуктовой линейке банка;</li></ul>	<p>Оценка результатов практических занятий, решения прикладных задач</p> <p>Устный фронтальный и индивидуальный опрос</p> <p>Проверка решения задач</p> <p>Оценка результатов</p>

- 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.

тестирования  
Оценка рефератов, других творческих работ обучающихся, в том числе компьютерных презентаций по темам  
Выполнение дополнительных заданий по собственной инициативе обучающихся

**Распределение часов вариативной части**

Дисциплина введена за счет часов вариативной части ППСЗ.

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