


**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»**

---

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

  
\_\_\_\_\_ С.В. Авдашкевич

«24» июня 2021 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:	среднее общее образование

**Санкт-Петербург  
2021**

Разработчик (и)

Шокина И.М.

преподаватель

ОБСУЖДЕНО

на заседании ПЦК 38.02.07 Банковское дело

«7» июня 2021 г., протокол № 10

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>7</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>13</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>15</b>

# 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
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)	-	-
Экзамен	-	-
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет	Диф.зачет

#### 2.1.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестр	
		5	6
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	+		+
Экзамен	-	-	-
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет	-	Диф.зачет

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

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>		12	4	8	-	15	4	4	7	
<b>Тема 1.1 Виды каналов продаж банковских продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	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			
	<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> Подготовка презентаций на темы: - Перекрестные продажи cross-sales. - Финансовый супермаркет- розничные продажи типовых услуг. - Финансовый бутик Private banking.		-						3	

<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)

	- Стратегия пакетирования банковских продуктов. - Элементы стратегии продаж внутри банка. - Фронт-офис продаж банка. - Персональные продажи.								
<b>Тема 1.2 Организация продаж банковских продуктов.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> 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	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	8	2	2	4
	<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> Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по теме: «Практика российских банков в сфере организации продажи банковских продуктов и услуг».								4
<b>Раздел 2. Приемы и методы взаимодействия с клиентом на различных этапах продаж</b>		<b>18</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	18	6	4	8

1,  
2



банковских продуктов и услуг									
<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, 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		2				2		
	<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> Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по теме: «Особенности продажи банковских продуктов корпоративным и розничным клиентам».								4
<b>Тема 2.2. Коммуникативн ая 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		4				4		

	банковских продуктов и услуг.												
	<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					
	<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 предотвращения послепродажных проблем. Стратегии послепродажного обслуживания. Приемы и методы построения эффективной системы обратной связи.			2				-					
	<b>Практическое занятие</b> Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.			2				-					
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по темам: «Процесс принятия решения о покупке банковских продуктов и услуг корпоративным клиентам», «Принципы и технологии формирования личного имиджа менеджера по продажам», «Психологические аспекты переговорного процесса», «Особенности телефонных продаж».								4				
<b>Раздел 3. Продвижение банковских продуктов</b>		<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>				
<b>Тема 3.1. Продвижение банковских продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	9	2	4	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		4				2						2, 3

	(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.										
	<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> Подготовка презентаций на темы: - Имиджевая реклама. - Прямая (ATL) и косвенная (BTL) реклама. - Реклама в прессе. - Радио и телереклама. - Спонсоринг. - Продакт-плейсмент. - Паблик рилейшнз (PR). - Медиа – рилайшенз. - Government Relations. - Основные особенности маркетинга взаимоотношений. - Преимущества лояльного клиента. - CRM – система. - Процесс формирования лояльности клиентов. - Кобрендинговые программы лояльности клиентов.									3	
	<b>Дифференцированный зачет</b>			2				2			
<b>ВСЕГО</b>		<b>42</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>		<b>42</b>	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 специализированной 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 специализированной 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 специализированной 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.]; ответственный редактор Д. Г. Алексеева, 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. Алексеева, Д. Г. Банковский вклад и банковский счет. Расчеты : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин, Р. З. Загиров ; ответственный редактор Д. Г. Алексеева, 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](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](http://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.

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> </ul>	Оценка результатов практических занятий, решения прикладных задач

<ul style="list-style-type: none"> <li>• выявлять потребности клиентов;</li> <li>• определять преимущества банковских продуктов для клиентов;</li> <li>• ориентироваться в продуктовой линейке банка;</li> <li>• консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка;</li> <li>• консультировать клиентов по тарифам банка;</li> <li>• выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка;</li> <li>• формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;</li> <li>• использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</li> <li>• переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка;</li> <li>• формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>• осуществлять обмен опытом с коллегами;</li> <li>• организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>• использовать различные формы продвижения банковских продуктов;</li> <li>• осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• особенности продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>• основные формы продаж банковских продуктов;</li> <li>• политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>• условия успешной продажи банковского продукта;</li> <li>• этапы продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>• организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;</li> <li>• отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>• способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;</li> <li>• способы продвижения банковских продуктов;</li> <li>• правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>• принципы взаимоотношений банка с клиентами;</li> <li>• психологические типы клиентов;</li> <li>• приёмы коммуникации;</li> <li>• способы выявления потребностей клиентов;</li> <li>• каналы для выявления потенциальных клиентов.</li> </ul>	<p>Устный фронтальный и индивидуальный опрос          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**.