# АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ	
Ректор	
	В.Г. Чумак
Приказ № 222/01-а с	от 09 11 2023г

## АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ

ПО ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО, ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО 20002 «АГЕНТ БАНКА»

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «АГЕНТ БАНКА»

Цель освоения дисциплины «Агент банка» - формирование у обучающихся первоначальных практических профессиональных умений, необходимых для выполнения функциональных обязанностей по должности служащего Агент банка.

Обучающийся, освоивший дисциплину, должен обладать общими и профессиональными компетенциями в соответствии с осваиваемыми видами профессиональной деятельности: Результатом освоения дисциплины является овладение слушателями:

- 1) профессиональными компетенциями (ПК):
- ПК 1. Устанавливать деловые контакты с клиентами.
- ПК 2. Консультировать клиентов по видам и особенностям банковских продуктов и услуг.
- ПК 3. Производить продажу банковских продуктов и услуг.
- 2) общими компетенциями (ОК):
- OК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
- ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
- ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
- ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
- ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
- ОК 9. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.
- ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.
- С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающийся в ходе освоения дисциплины должен:

## иметь практический опыт:

- а) осуществления расчетно-кассового обслуживания клиентов;
- б) обслуживания расчетных операций с использованием различных видов платежных карт;
- в) осуществления и оформления предоставления и сопровождения выданных кредитов;
- г) консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам.

## должен знать:

- определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта;
- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;
- параметры и критерии качества банковских услуг;
- понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;
- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;
- определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;
- понятие продуктовой линейки банка и ее структуру;
- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
- основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;
- организационно-управленческую структуру банка;
- составляющие успешного банковского бренда;
- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;

- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;
- особенности продажи банковских продуктов и услуг;
- основные формы продаж банковских продуктов;
- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;
- условия успешной продажи банковского продукта;
- этапы продажи банковских продуктов и услуг;
- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;
- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;
- способы продвижения банковских продуктов;
- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;
- принципы взаимоотношений банка с клиентами;
- психологические типы клиентов;
- приёмы коммуникации;
- способы выявления потребностей клиентов;
- каналы для выявления потенциальных клиентов;

## 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.

Наименование	Содержание учебного материала, практические занятия
разделов и тем	
	Раздел 1 Основы организации банковского дела
Тема 1. Правовые	Содержание
основы	Структура банковской системы России
осуществления	Сущность и основные правила проведения банковских операций.
банковских операций	Классификация банковских операций и их краткая характеристика.
и их классификация	Цели деятельности, статус, функции и операции Банка России
Тема 2.	Содержание
Экономическое	Сущность пассивных операций банков. Структура собственных средств.
содержание	Уставный капитал кредитной организации, порядок его формирования
пассивных и	Резервный фонд кредитной организации, его назначение, порядок
активных операций банков.	образования
оанков.	Общая характеристика активных банковских операций, их структура
	Классификация банковских активов.
	Практическое занятие № 1
	Анализ собственных средств и обязательств банка
	Практическое занятие № 2 Анализ банковских активов
	Раздел 2 Расчетно-кассовое обслуживание клиентов  Содержание
<b>Тема 3.</b> Организация безналичных расчетов	Понятие расчетных операций.
осзналичных расчетов	Нормативно-правовое регулирование расчетных операций
	Сущность расчетов платежными поручениями
	Сущность расчетов платежными требованиями
	Акцептная и безакцептная формы оплаты
	Сущность расчетов инкассовыми поручениями
	Сущность и участники аккредитивной формы расчетов
	Сущность и участники чековой формы расчетов
	Практическое занятие № 3
	Оформление платежного поручения
	Практическое занятие № 4
	Оформление платежного требования
	Практическое занятие № 5
	Оформление инкассового поручения
Тема 4. Кассовые	Содержание
операции банка	Организация работы с денежной наличностью в кредитной организации
	Приходные кассовые операции
	Расходные кассовые операции
	Организация работы службы инкассации
	Практическое занятие № 6
	Составление приходных и расходных кассовых документов
	Раздел 3 Осуществление депозитных операций
Тема 5. Открытие и	Содержание
обслуживание	Нормативно-правовое регулирование депозитных операций.
вкладов и депозитов	Порядок открытия и распоряжения вкладами.
	Использование технологии машинного обучения при биометрической

	идентификации клиента и формировании его цифрового профиля
	Виды и режимы депозитных счетов, открываемых в банке клиентам
	Депозитные операции с использованием технологии цифрового банкинга
	Практическое занятие № 7
	Порядок оформления депозитного договора
	Практическое занятие № 8
	Решение задач по определению суммы процентов по депозитам до
	востребования
	Практическое занятие № 9
	Решение задач по определению суммы процентов по срочным депозитам
	Практическое занятие № 10
	Решение задач по определению суммы процентов по срочным депозитам с
	условием капитализации
	Раздел 4 Организация кредитной работы
Тема 6.	Содержание
Осуществление	Основные этапы выдачи и погашения кредита
кредитных операций	Способы обеспечения возвратности кредита
	Порядок определения кредитоспособности заемщика
	Использование метода кредитного скоринга и
	технологии интеллектуального анализа данных при оценке потенциального
	заемщика.
	Порядок оформление кредитного договора
	Порядок предоставления и погашения банковских кредитов
	Потребительское кредитование
	Ипотечное кредитование
	Практическое занятие № 11
	Кейс «Принятие решения о кредитовании заемщика с учетом оценки
	кредитного риска»
	Практическое занятие № 12
	Интерактивный практикум «Потребительский кредит»
	Практическое занятие № 13
	Решение задач на составление графика погашения основного долга и
	процентов по кредиту
	Практическое занятие № 14
	Решение задач на определение достаточности обеспечения по кредиту
Pasa	дел 5 Осуществление операций с банковскими картами
Тема 7.	Содержание
Осуществление и	Нормативно-правовые акты, регламентирующие операции с банковскими
оформление операций	картами
с банковскими	Виды платежных систем
картами	Виды банковских карт
	Операции, проводимые с использованием банковских карт
	Условия и порядок выдачи банковских карт
	Практическое занятие № 15
	Порядок оформления выдачи дебетовых карт
	Практическое занятие № 16
	Интерактивный практикум «Кредитная карта»

Решение задач по определению суммы комиссии за обслуживание специальнах карточных счетов  Практическое занятие № 18 Решение варач по определению суммы процентов по кредитным картам с овердрафтом  Раздел 6 Консультирование, презентации и продажа банковских продуктов  Тема 8. Изучение потребителей банковских услуг. Формирование клиентеской базы  Протгозирование рышка. Изучение потребителей банковских услуг. Полятие и признаки клиента банка. Классификации клиентов банка. Проитнозирование и признаки клиента банковского продукта.  Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. Практическое занятие № 19 Составление матрицы спроса. Практическое занятие № 20 Анализ клиентской базы.  Практическое занятие № 21 Сегментация клиентской базы коммерческого банка.  Сотержание  Тема 9. Технологии привлечения клиентов. Изражност за привлечения клиентов. Способы привлечения клиентов. Каналы для выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковских предуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особепности их применению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Корон, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Кособы и методы привлечения клиентов. Способы и методы привлечения клиентов. Способы и методы продажи продожова в клиентов. Способы и методы продажи продожова клиентов. Способы привлечения клиентов. Способы и методы продажи продожова клиентов. Способы привлечения клиентов. Способы и методы продажи продожем и услуг. Основные фермы и дистанционная форма продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы и дистанционная форма продажи посожем ефиналенновый суперарстел. Перекрестетия. Основные методы продажи посожем ефинальнов		Практическое занятие № 17
овердаратом  Раздел 6 Консультирование, презентация и продажа банковских продуктов  Тема 8. Изучение потребителей банковских услуг. Оолержание Клиентской базы (Исследование при признаки клиента банка Классификация клиентов банка. Прятическое занятие № 19 Составление матрицы спроса.  Практическое занятие № 20 Апализ клиентской базы (Практическое занятие № 20 Апализ клиентов (Состементация клиентов банка. Содержание Способы привлечения клиентов (Состементация клиентов).  Тема 9. Технологии привлечения клиентов (Канкана) (Состементация клиентов).  Каналы для выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы привлечения клиентов. Канканы привлечения клиентов. (Состементация клиентов). Канканы привлечения клиентов. Способы и и проведения привлечения клиентов. Канканы привлечения клиентов. Стратегии банка по привлечению клиентов. Канканы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. (Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковских продуктов и услут. Основные формы продажи продажи продажи банковских продуктов и услут. Основные формы продажи продажи продажи банковских продуктов и услут. Основные формы продажи продажи банковских продуктов и услут. Основные формы продажи продажи продажи банковских продуктов и услут. Основные формы организации продаж банковских продуктов и услут. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковских продуктов и услут. Этапы продажи обанковских продуктов и услут. Этапы продажи обанковских продуктов и услут. Основные методы продаж банковских продуктов и услут. Этапы продажи обанковских про		
Практическое занятие № 18 Решение задач по определению суммы процентов по кредитным картам с овердрафтом  Раздел 6 Консультирование, презентация и продажа банковских продуктов  Исследование, презентация и продажа банковских продуктов  Исследование банковского рынка. Наблюдение за рынком. Прогнозирование клиентской базы  Исследование банковского рынка. Наблюдение за рынком. Прогнозирование рыпка. Изучение потребителей банковских услуг. Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Мотивация клиента банка. Классификация клиентов банка. Практическое занятие № 19 Составление матрицы спроса.  Практическое занятие № 20 Анализ клиентской базы.  Практическое занятие № 21 Сетментация клиентекой базы коммерческого банка.  Содержание  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия потребностей клиентов. Способы и методы привлечения винками и к банковских клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия различных групнах приятив групнах приятив приятив приятив и клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявляетия продажи и сметамы. Приёмы коммуникации продажи канковских продуктов и услуг. Основные метамы продажи банковски		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Решение задач по определению суммы процентов по кредитным картам с овердвафтом  Раздел 6 Колсультирование, презептация и продажа бапковских продуктов  Тема 8. Изучение потребителей  Исследование бапковского рынка. Наблюдение за рынком. Прогнозирование рынка. Изучение потребителей банковских услуг. Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Мотивация клиента при выборе банковского продукта.  Понятие портраммы ложальности: цели, критерии классификации и виды. Практическое занятие № 19  Составление матрицы спроса. Практическое занятие № 20  Анализ клиентской базы. Практическое занятие № 21  Сегментация клиентской базы коммерческого банка.  Содержание  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечения потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковских продуктам и услугам. Стратетии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Сособенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимемые банками для привлечения продуктов и услуг. Практическое занятие № 22  Работа в палых группаз «Анализ банковских продуктов и услуг. Практическое занятие № 23  Тема 10.  Сосрежание  1. Особешности их продажа банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Трешин «Разработка скринтов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. Осповные формы продаж банковских продуктов и услуг. Осповные формы продаж банковских продуктов и услуг. Перекрестные продажи по ехеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи осмеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи осмем «Минансовый супермаркет». Перекрестные продажи осмеме «Минансовый супермаркет». Перекрестные продажи осмеме «Минансовый супермаркет». Перекрестные продажи осмеме «Минансовый супермаркет». Перекрестные основные методы продаж банковских продуктов и услуг. Методы, прищины и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи осмеме и услуги. Методы, прищини и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи б		
Раздел 6 Консультирование, презентация и продажа банковских продуктов  Тема 8. Изучение потребителей банковских услуг. Формирование клиентской базы  Проятие признаки клиента банка. Класасификации клиентов банка.  Мотивация клиента при выборе банковского продукта. Понятие признаки клиента при выборе банковского продукта. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды.  Практическое занятие № 19  Составление матрицы спроса. Практическое занятие № 21  Сегментация клиентской базы коммерческого банка.  Тема 9. Технологии привлечения клиентов  Тема 9. Технологии привлечения клиентов  Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услутам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 23  Тренипт «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистациющая форма продажи. Продажи массового характера (банковский предаж банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистационарная форма продажи. Продажи массового характера (банковский продаж банковских продуктов и услуг, и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских прод		•
Тема 8. Изучения потребителей банковских услуг.  Формирование клиентской базы		
Потребителей Исследование банковского рынка. Наблюдение за рынком. Прогнозирование рынка. Изучение потребителей банковских услуг. Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Мотивация клиента при выборе банковского продукта. Понятие программы ложльности: цели, критерии классификации и виды. Практическое заиятие № 19 Составление матрицы спроса. Практическое заиятие № 20 Анализ клиентской базы. Практическое заиятие № 21 Сетментация клиентской базы. Практическое заиятие № 21 Сетментация клиентской базы коммерческого банка. Содержание Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечения в потрешдению клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. Практическое заиятие № 22 Работа в малых группа «Анализ банковской рекламы». Практическое заиятие № 23 Трениит «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг». Соновные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи переместные продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи и дистапционная форма продажи. Продажи массового характери (банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковских продуктов и услуг. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи	Раздел 6 Ко	
Исследование банковского рынка. Наблюдение за рынком. Прогнозирование рынка. Изучение потребителей банковских услуг. Онормирование клиентской базы  Мотивация клиента при выборе банковского продукта.  Понятие п признавих клиента банка. Классификация клиентов банка. Мотивация клиента при выборе банковского продукта.  Понятие п признавих клиента при выборе банковского продукта.  Понятие п программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. Практическое занятие № 20  Апализ клиентской базы.  Практическое занятие № 21  Стментация клиентской базы коммерческого банка.  Содержание  Способы привлечения № 21  Стментация клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения винмания к банковских продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Капалы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презеритири банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковских продуктов и услуг. Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж банковских продуктов и услугы продажи массовые продажи по схеме «фипансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояз-ваles. Стратегия пакстирования банковских продуктов. Стратегия продаж банковских продуктов и услуг. Впераженного цикла банковского продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуг. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Прогнозирование рынка. Изучение потребителей банковских услуг.  Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка.  Мотивация клиента при выборе банковского продукта.  Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды.  Практическое занятие № 19  Составление матрицы спроса.  Практическое занятие № 21  Сетементация клиентов базы.  Практическое занитие № 21  Сетементация клиентов базы коммерческого банка.  Сорежане  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами.  Работа по привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами.  Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации.  Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации.  Стратстии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов.  Собенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Ректама. Правила подготовки и проведения перентация банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Трении «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.)  Солержание  Тема 10.  Осуществление продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистанционная форма продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг, педы и характеристика.  Основные методы продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика.  Основные методы продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика.  Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковскох продуктов и услуг. Втаны и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковскох продуктов и услуг. Втаны продажи банковскох продуктов и услуг. Этапы продажи банковскох продуктов и услуг.		Исследование банковского рынка. Наблюдение за рынком.
Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Мотивация клиента при выборе банковского продукта. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. Практическое занятие № 19 Составление матрицы спроса. Практическое занятие № 20 Анализ клиентской базы. Практическое занятие № 21 Сегментация клиентской базы коммерческого банка. Содержание Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечения в банк повых клиситов. Приёмы коммупикации. Способы выявления потепциальных клиситов. Приёмы коммупикации. Стособы выявления потепциальных клиситов. Приёмы коммупикации. Стособы выявления потребностей клиситов. Способы и услугам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Способы и методы предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы». Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стозя-заles. Стратегия пакстирования банковских продуктов и услуг, вудут в иды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизпенного цикла банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи обанковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи		1
Мотивация клиента при выборе банковского продукта. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды.  Практическое занятие № 19 Составление матрицы спроса.  Практическое занятие № 20 Анализ клиентской базы.  Практическое занятие № 21 Сстментация клиентской базы коммерческого банка.  Содержание Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Каналы для выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Каналы привлечениия клиентов. Сособенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечению клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особешности продажи банковских продуктов и услуг. Осповные формы продаж в зависимости от территориальной привязки – стационарная форма продажи банковских продуктов и услуг. Осповные формы продаж и банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи стоѕs-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов и услуг, виды и характеры (спояные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного щикла банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Виды и характеристика. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Виды и характеристика.		
Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. Практическое занятие № 19 Составление матрицы спроса. Практическое занятие № 20 Анализ клиентской базы. Практическое занятие № 21 Сегментация клиентской базы коммерческого банка.  Тема 9. Технологии привлечения привлечения привлечения клиентов  Содержание Способы привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения клиентов. Каналы для выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения впимания к банковским продуктам и услугам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы». Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояз-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов и услуг, видь и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Основные организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи	клиентской базы	
Практическое занятие № 19   Составление матрицы спроса.     Практическое занятие № 20		
Тема 9. Технологии привлечения клиентов Маркатическое занятие № 20  Анализ клиентской базы.  Практическое занятие № 21  Сетментация клиентской базы коммерческого банка.  Тема 9. Технологии привлечения клиентов базы коммерческого банка.  Содержание  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечения потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стозѕ-заles. Стратегия пакетирования продаж с учетом жизненного цикла банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Практическое занятие № 20     Апализ клиентской базы.     Практическое занятие № 21     Сегментация клиентской базы коммерческого банка.     Содержание     Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами.     Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации.     Способы выявления потребностей клиентов. Кленалы привлечения клиентов.     Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов.     Особенности их применения для различных групп клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.     Практическое занятие № 22     Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».     Практическое занятие № 23     Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. Ослержание     1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистанционная форма продажи банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Практическое занятие № 21  Тема 9. Технологии привлечения клиентов  Тема 9. Технологии привлечения клиентов  Содержание  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских проджи продажи продажи продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стозя-заles. Стратетия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продуктов и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Практическое занятие № 21 Сетментация клиентской базы коммерческого банка.  Тема 9. Технологии привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы привлечения клиентов. Способы и методы привлечения выимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое заиятие № 22 Работа в малых группах Анализ банковской рекламы».  Практическое заиятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Сорежание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояс-заles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских продуктов и услуг. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг. Тапы продажи банковских проду		
Тема 9. Технологии привлечения клиентов   Содержание   Способы привлечения клиентов   Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потеребностей клиентов. Способы и методы привлечению в банк новых клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕя-заles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуг. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Тема 9. Технологии привлечения клиентов  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечения в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потренциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потренциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потренциальных клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕз-заles. Стратегия пакетирования банковских продуктов. Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виы и характеристика. Основные методы продаж банковских продуктов и услуг, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Привлечения клиентов  Способы привлечения клиентов. Налаживание обратной связи с клиентами. Работа по привлечению в банк новых клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояз-заles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи	Тома О Томмо жолим	
Работа по привлечению в банк новых клиентов.  Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации.  Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояз-заles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг. Виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.    Практическое занятие № 22	-	
Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕз-ѕаles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи	клиентов	
привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.  Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.  Практическое занятие № 22  Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских родажи банковских продажи продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕѕ-ѕаles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.    Практическое занятие № 22		
Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.    Практическое занятие № 22		
предпринимаемые банками для привлечения клиентов. Реклама. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.    Практическое занятие № 22		
Подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.    Практическое занятие № 22     Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».   Практическое занятие № 23     Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».   Содержание     Пособенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продажи банковских продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕз-ѕаles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.   Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры,
Практическое занятие № 22 Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23 Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Тема 10. Осуществление продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕз-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Работа в малых группах «Анализ банковской рекламы».  Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Тема 10.  Осуществление продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕѕ-ѕаlеѕ. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Этапы продажи		
Практическое занятие № 23  Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Тема 10.  Осуществление продажи банковских продажи банковских продажи банковских продажи банковских продажи банковских продажи в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕз-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
Тренинг «Разработка скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг».  Тема 10. Осуществление продажи банковских продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕѕ-ѕаlеѕ. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
банковских продуктов и услуг».  Содержание  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи сгоss-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
Тема 10.         Содержание           Осуществление продажи банковских продуктов и услуг.         1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продаж в зависимости от территориальной привязки – стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоѕѕ-ѕаles. Стратегия пакетирования банковских продуктов.           Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковских продуктов и услуг  1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продажи банковский продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стояз-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  1. Особенности продажи продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи продажи банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		банковских продуктов и услуг».
продажи банковских продаж в зависимости от территориальной привязки — стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоss-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.	Тема 10.	•
продуктов и услуг  и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи стоss-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.	1	
(банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.	продажи банковских	
продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.	продуктов и услуг	
стоss-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.  Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика.  Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		(банковский ретейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые
Стратегия продаж банковских продуктов и услуг, виды и характеристика. Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		продажи по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи
Основные методы продаж. Планирование продаж с учетом жизненного цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов.
цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.		
банковских продуктов и услуг.		цикла банковского продукта и услуги. Методы, принципы и формы
		организации продаж банковских продуктов и услуг. Этапы продажи
0		банковских продуктов и услуг.
Организация послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов.		Организация послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов.
Понятие продвижения банковских продуктов. Коммуникативные связи		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).	

# Практическое занятие № 24

Деловая игра «Новый банковский продукт» (представление с презентацией).

# Практическое занятие № 25

Тренинг «Разработка стратегии продажи банковских продуктов и услуг»

Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целью учебной практики является формирование у обучающихся практических умений (приобретение практического опыта) в рамках освоения программы профессионального обучения по программе профессиональной подготовки по профессии рабочего, должности служащего 20002 «Агент банка».

Задачей учебной практики по должности служащего 20002 «Агент банка» является приобретение первоначального практического опыта по осваиваемому виду профессиональной деятельности.

Результатом освоения программы учебной практики является

- 1) сформированность у обучающихся профессиональных компетенций, а также приобретение практических профессиональных умений в рамках освоения программы профессионального обучения программе профессиональной подготовки по профессии рабочего, должности служащего 20002 «Агент банка»:
  - ПК 1. Устанавливать деловые контакты с клиентами.
  - ПК 2. Консультировать клиентов по видам и особенностям банковских продуктов и услуг.
  - ПК 3. Производить продажу банковских продуктов и услуг.
- 2) овладение обучающимися
  - а) трудовыми функциями профессионального стандарта 08.027 Специалист по платёжным услугам:
  - А/01.4 Осуществление переводов денежных средств по банковским счетам на основании распоряжений клиентов;
  - А/02.4 Открытие, ведение и закрытие счетов;
  - А/03.4 Формирование отчетности и обеспечение сохранности расчетных (платежных) документов;
  - А/04.4 Предоставление информации клиентам и сотрудникам банка о совершенных расчетных операциях;
  - б) трудовыми функциями профессионального стандарта 08.019 Специалист по потребительскому кредитованию:
  - A/01.5 Оказание информационно-консультационных услуг клиенту по вопросам предоставления потребительского кредит и выбора кредитной программы;
  - А/02.5 Анализ кредитоспособности клиента и подготовка решения о целесообразности выдачи потребительского кредита;
  - А/03.5 Заключение договора потребительского кредита;
  - В/01.5 Взаимодействие с заемщиком по вопросам обслуживания потребительского кредита;
  - B/02.5 Проведение мероприятий по предупреждению и урегулированию просроченной задолженности заемщика по договору потребительского кредита;
  - В/03.5 Мониторинг качества потребительских кредитов и корректировка резерва на возможные потери.

Результатом учебной практики является освоение общих компетенций ОК:

Код	Наименование результата обучения
OK 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное

	развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами,
	руководством, клиентами.
OK 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке
	Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного
	контекста.
OK 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
OK 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и
	иностранных языках.
ОК 11.	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать
	предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

## Тематический план учебной практики

## Вид работ

Урок-экскурсия в банк.

Прохождение инструктажа по охране труда, технике безопасности, пожарной

безопасности, ознакомление с правилами внутреннего распорядка.

Занятия в кабинете, оснащенном ПК. Тематика занятий:

«Консультирование клиентов по различным видам банковских продуктов (моделирование ситуаций)»;

Занятия в кабинете, оснащенном ПК:

- Самотестирование «Коммуникабельны ли Вы», «Умеете ли вы вести позитивный диалог».
- Групповое обсуждение темы «Нужна ли культура речи банковскому агенту».
- Тренинги «Деловой этикет», «Деловое общение по телефону».
- Групповое обсуждение темы «Личностные и профессиональные качества банковских сотрудников».
- Групповое обсуждение темы «Насколько важен имидж сотрудника в профессиональной деятельности».
- Просмотр и обсуждение учебных видеоматериалов с образцами эффективного и неэффективного поведения консультантов.
- Тренинг «Презентация продажи банковского продукта». Видеозапись смоделированной ситуации продажи и её последующий анализ.
- Организация презентации банковских продуктов и услуг.
- Ролевая игра «Распределение функциональных обязанностей между участниками процесса продаж банковских продуктов и услуг».
- Тренинг «Определение типа клиента».
- Практикум «Моделирование поведения клиента».
- Групповое обсуждение вопросов:

Основные ошибки в общении с клиентами.

Понятие «трудный клиент».

Причины появления трудных клиентов.

Преодоление безразличия клиентов.

Критерии выбора банка клиентами.

Причины, по которым клиент меняет банк.

Основные принципы долгосрочного сотрудничества банка с клиентами.

Дифференцированный зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики является формирование у обучающихся практических умений (приобретение практического опыта) в рамках освоения программы профессиональной подготовки по профессии рабочего, должности служащего 20002 «Агент банка».

Задачей производственной практики является приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности «Выполнение работ по профессии «Агент банка».

Результатом освоения программы производственной практики является

- 1) сформированность у обучающихся профессиональных компетенций, а также приобретение практических профессиональных умений в рамках освоения программы профессионального обучения должности служащего 20002 «Агент банка»:
- ПК 1. Устанавливать деловые контакты с клиентами.
- ПК 2. Консультировать клиентов по видам и особенностям банковских продуктов и услуг.
- ПК 3. Производить продажу банковских продуктов и услуг.
- 2) овладение обучающимися
  - а) трудовыми функциями профессионального стандарта 08.027 Специалист по платёжным услугам:
  - A/01.4 Осуществление переводов денежных средств по банковским счетам на основании распоряжений клиентов;
  - А/02.4 Открытие, ведение и закрытие счетов;
  - A/03.4 Формирование отчетности и обеспечение сохранности расчетных (платежных) документов;
  - А/04.4 Предоставление информации клиентам и сотрудникам банка о совершенных расчетных операциях;
  - б) трудовыми функциями профессионального стандарта 08.019 Специалист по потребительскому кредитованию:
  - A/01.5 Оказание информационно-консультационных услуг клиенту по вопросам предоставления потребительского кредит и выбора кредитной программы;
  - А/02.5 Анализ кредитоспособности клиента и подготовка решения о целесообразности выдачи потребительского кредита;
  - А/03.5 Заключение договора потребительского кредита;
  - В/01.5 Взаимодействие с заемщиком по вопросам обслуживания потребительского кредита;
  - В/02.5 Проведение мероприятий по предупреждению и урегулированию просроченной задолженности заемщика по договору потребительского кредита;
  - B/03.5 Мониторинг качества потребительских кредитов и корректировка резерва на возможные потери.

#### Результатом производственной практики является освоение общих компетенций ОК:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно
	к различным контекстам
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное
	развитие.
OK 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами,

	руководством, клиентами.
OK 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке
	Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного
	контекста.
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и
	иностранных языках.
ОК 11.	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать
	предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Тематический план производственной практики

## Вид работ

- 1. Прохождение инструктажа по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, ознакомление с правилами внутреннего распорядка
- 2. Знакомство с банком:

история создания банка, его местонахождение и правовой статус;

- бренд (наименование, логотип, слоган, миссия и ценности),
- схема организационной структуры банка;
- состав филиальной сети;
- информация о рейтингах банка;
- проводимые банком ребрендинг и рестайлинг;
- состав обслуживаемой клиентуры.
- 3. Знакомство с продуктовой линейкой банка. Изучение характеристик депозитных, кредитных продуктов, банковских карт кредитной организации базы практики
- 4. Изучение тарифов банка.
- 5. Ознакомление с системой контроля в банке за соблюдением норм и правил обслуживания клиентов.
- 6. Характеристика зон обслуживания клиентов в банке.
- 7. Анализ клиентской базы банка.
- 8. Анализ каналов обслуживания розничных клиентов.
- 9. Изучение работы банка с группами клиентов, нуждающихся в социальной поддержке (молодежь, пенсионеры, инвалиды).
- 10. Изучение системы обеспечения безопасности (конфиденциальности) сделок клиентов.
- 11. Консультирование клиентов по различным видам продуктов и услуг в банке (работа под руководством сотрудника банка).
- 12. Наблюдение за действиями сотрудника банка при продаже банковских продуктов и услуг банке
- 13. Изучение организации послепродажного обслуживания клиентов.
- Дифференцированный зачет