

Министерство образования и науки Российской Федерации
Частное образовательное учреждение
высшего образования
«Международный институт рынка»

Отделение среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
воспитательной работе

« 01 » _____ 2015 г.

В.И.Дровяников



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.14 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Для специальности
среднего профессионального образования
38.02.07 «Банковское дело»

2015

ОДОБРЕНА

СОГЛАСОВАНО

на заседании ПЦК «Профессиональных
дисциплин «Банковское дело»

Заведующий отделением СПО

Протокол № 1 от 28.08 2015 г.

факультета экономики и менеджмента

Председатель ПЦК



Т.Е. Старикова



В.В. Баранова

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.07 «Банковское дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 837 от 28.07.2014.

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный институт рынка»

Составитель: В.В. Баранова, к.э.н., доцент, преподаватель отделения СПО

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация продажи банковских продуктов и услуг»

1.1. **Область применения программы.** Рабочая программа учебной дисциплины «Организация продажи банковских продуктов и услуг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 38.02.07 «Банковское дело» и едина для всех форм обучения.

1.2. **Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ:** учебная дисциплина «Организация продажи банковских продуктов и услуг» относится к вариативной части профессионального цикла.

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

В результате освоения учебной дисциплины студент должен **уметь**:

- производить продажу банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий;
- осуществлять информационное сопровождение клиентов;
- осуществлять мониторинг эффективности продаж банковских продуктов.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен **знать**:

- виды банковских продуктов и услуг;
- методы осуществления продажи банковских продуктов и услуг;
- стратегию продажи.

В результате освоения учебной дисциплины должны быть сформированы:

общие компетенции, включающие в себя способность

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

профессиональные компетенции, соответствующие основным видам профессиональной деятельности

- ПК 1.4. Осуществлять межбанковские расчеты.
- ПК 1.5. Осуществлять международные расчеты по экспортно-импортным операциям.
- ПК 1.6. Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт.
- ПК 2.1. Оценивать кредитоспособность клиентов.
- ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов.
- ПК 2.3. Осуществлять сопровождение выданных кредитов.
- ПК 2.4. Проводить операции на рынке межбанковских кредитов.
- ПК 2.5. Формировать и регулировать резервы на возможные потери по кредитам.

1.4. Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 82 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 56 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	84
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
лекции	24
лабораторные работы	-
практические занятия	32
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа студента (всего)	22
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
Исследовательская работа	-
Работа с информационными источниками	8
Реферативная работа	6
Решение задач	-
Творческие задания	4
Подготовка презентационных материалов	4
Составление таблиц	-
Составление тезисов	-
Консультации	4
Аттестация по дисциплине	<i>Экзамен</i>

2.2. Тематический план

по дисциплине «Организация продажи банковских продуктов и услуг»

специальности 38.02.07 «Банковское дело»

очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка студента, час.	Количество аудиторных часов при очной форме обучения			Самостоятельная работа студента
		Всего	лекции	Практические занятия	
Раздел 1. Банковские продукты и услуги					
Тема 1.1. Рынок банковских продуктов и услуг	6	4	4	-	2
Тема 1.2. Депозитные продукты и услуги	6	4	2	2	2
Тема 1.3. Расчетные продукты и услуги	6	4	2	2	2
Тема 1.4. Кредитные продукты и услуги	6	4	2	2	2
Тема 1.5. Услуги в иностранной валюте физическим лицам	6	4	2	2	2
Тема 1.6. Прочие банковские продукты и услуги	6	4	2	2	2
Тема 1.7. Ценовая политика банка	6	4	2	2	2
Раздел 2. Осуществление продажи банковских продуктов и услуг					
Тема 2.1. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг	8	6	2	4	2
Тема 2.2. Этапы продажи банковских продуктов и услуг	8	6	2	4	2
Тема 2.3. Послепродажное обслуживание клиента	8	6	2	4	2
Тема 2.4. Стратегия продажи банковских продуктов и услуг	12	10	2	8	2
Консультация	4				4
Итого	82	56	24	32	22
Форма контроля	Экзамен				

2.3. Содержание учебной дисциплины «Организация продажи банковских продуктов и услуг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
Раздел 1. Банковские продукты и услуги				
Тема 1.1. Рынок банковских продуктов и услуг	Содержание учебного материала		4	
	1	Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг		1
	2	Классификация банковских услуг.		1
	3	Базовый и расширенный ассортимент услуг.		1
	4	Классификация рынка банковских услуг		1
	5	Этапы анализа рынка банковских услуг.		1
	Самостоятельная работа студента		4	
	Провести сегментацию банковского рынка			2
Тема 1.2. Депозитные продукты и услуги	Содержание учебного материала		2	
	1	Понятие депозитной услуги и ее свойства		1
	2	Отличие депозитной услуги и депозитного продукта		1
	3	Депозитные операции		1
	Практическое занятие № 1		2	
	Определение взаимосвязей банковских продуктов, услуг и операций			2
	Самостоятельная работа студента		2	
	Анализ рынка депозитных продуктов и услуг			2,3
Тема 1.3. Расчетные продукты и услуги	Содержание учебного материала		2	
	1	Виды расчетных продуктов и услуг		1
	2	Расчетно-кассовое обслуживание		1
	3	Формы осуществления безналичных расчетов		1
	4	Платежные пластиковые карты		1
	Практическое занятие № 2		2	
	Деловая игра «Взаимодействие участников системы карточных расчетов»			2, 3
	Самостоятельная работа студента		2	
	Работа с Интернет-ресурсами			3
Тема 1.4.	Содержание учебного материала		2	

Кредитные продукты и услуги	1	Классификация кредитных услуг		1
	2	Виды кредитных продуктов		1
	3	Разработка кредитных продуктов		1
	Практическое занятие № 3		2	
	Деловая игра «Разработка нового кредитного продукта»			3
	Самостоятельная работа студента		2	
	Анализ рынка кредитных продуктов и услуг			2,3
Тема 1.5. Услуги в иностранной валюте физическим лицам	Содержание учебного материала		2	
	1	Виды предоставляемых услуг в иностранной валюте		1
	2	Порядок и условия предоставления услуг в иностранной валюте		1
	Практическое занятие № 4		2	
	Порядок предоставления услуг в иностранной валюте			2
	Самостоятельная работа студента		2	
	Работа с Интернет-ресурсами			2, 3
Тема 1.6. Прочие банковские продукты и услуги	Содержание учебного материала			
	1	Инвестиционные банковские услуги		1
	2	Трастовые банковские услуги		1
	3	Новые банковские продукты и услуги		1
	Практическое занятие № 5		2	
	Работа с мини-кейсами «Эффективность и находчивость в решении рабочих ситуаций»			2,3
	Самостоятельная работа студента		2	
Тема 1.7. Ценовая политика банка	Содержание учебного материала		2	
	1. Сущность ценовой политики банка			1
	2. Этапы ценообразования в банке.			1
	3. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги.			1
	4. Основные ценообразующие факторы.			1
	Практическое занятие № 6		2	
	Определение цены на банковские услуги.			2
	Самостоятельная работа студента		2	
	Составить таблицу «Классификация видов цен банковских продуктов»			2

Раздел 2. Осуществление продажи банковских продуктов и услуг			
Тема 2.1. Основные методы продажи банковских продуктов и услуг	Содержание учебного материала		2
	1. Метод заранее отработанного подхода		1
	2. Метод, основанный на удовлетворении имеющихся нужд и запросов клиентов		1
	3. Метод формирования нужд и запросов клиентов		1
	Практическое занятие № 7, 8		4
	- Тренинг «Выбор метода продажи БПиУ» - Тренинг «Как повысить лояльность клиента»		2
	Самостоятельная работа студента		2
	Анализ рекламных стратегий коммерческих банков		3
Тема 2.2. Этапы продажи банковских продуктов и услуг	Содержание учебного материала		2
	1	Ключевые этапы продаж банковских продуктов и услуг	1
	2	Навыки установления контакта, выяснение целей и потребностей, презентация, завершение продажи	1
	3	Работа с возражениями клиентов	1
	Практическое занятие № 9, 10		4
	- Тренинг «Выяснение целей и потребностей» - Ролевая игра «Работа с возражениями клиентов»		2, 3
	Самостоятельная работа студента		2
	Составить характеристику основных форм прямого маркетинга		3
Тема 2.3. Послепродажное обслуживание клиента	Содержание учебного материала		2
	1. Устойчивое партнерство банка с клиентом:		1
	2. Построение взаимоотношений с V.I.P. – клиентами		1
	3. Новые методы построения взаимоотношений с клиентами банка.		1
	Практическое занятие № 11, 12		4
	- Ролевая игра «Установление взаимоотношений с V.I.P. – клиентом» - Ролевая игра «Психотипы клиентов»		2, 3
	Самостоятельная работа студента		2
	Составить характеристику психологических типов клиентов		3
Тема 2.4. Стратегия продажи	Содержание учебного материала		2
	1	Технология выездного обслуживания	1

банковских продуктов и услуг	2	Обеспечение клиентов актуальной информацией		1
	3	Повышение лояльности и удовлетворенности клиентов		1
	4	Активные маркетинговые кампании		1
	Практическое занятие № 13 - 16		8	
	- Тренинг «Разработка стратегии продажи ипотечного кредита»		1	2, 3
	- Тренинг «Разработка стратегии продажи депозита»		1	
	- Тренинг «Разработка стратегии продажи автокредита»		1	
	- Тренинг «Разработка стратегии продажи кредитной карты»		1	
	- Тренинг «Разработка стратегии продажи дебетовой карты»		1	
	- Тренинг «Телефонные продажи»		1	
	- Работа с кейсом «Анализ эффективности продаж»		2	
Самостоятельная работа студента		2		
Разработать новый банковский продукт и стратегию его продвижения. Подготовить презентацию			3	
	Консультации		4	
Всего				

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).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

Учебные столы, рабочее место преподавателя, комплект учебно-методической документации, раздаточный материал

Технические средства обучения: мультимедийный комплекс:

- ноутбук
- проектор
- экран

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: не предусмотрены.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная

1. Банковское дело / Под ред. О.И.Лаврушина. - Учебник. - М. : КНОРУС, 2014. - 800с.
2. Каджаева, М.Р. Банковские операции / М.Р.Каджаева, С.В.Дубровская. - Учебник. - М. : Изд-й центр "Академия", 2012. - 464с. - (СПО).

Дополнительная

3. Максютов А.А. Банковский маркетинг: Учебно-практическое пособие. - М.: Издательство "Альфа - Пресс", 2009. – 444с.
4. Пухов А. В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке. - М.: КНОРУС, ЦИПСИР, 2012. – 269 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209474&sr=1>
5. Резник И. Банковский маркетинг: учебное пособие. - Оренбург: ОГУ, 2014. – 97 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259312&sr=1>

Периодические издания

6. Журнал «Деньги и кредит».
7. Журнал «Банковское дело».

Информационные ресурсы

8. СПС «Консультант Плюс»;
9. СПС «Гарант»;

Интернет-источники

10. www.cbr.ru,
11. <http://www.bankdelo.ru> .
12. <http://www.bankir.ru>
13. <http://www.banki.ru>
14. <http://www.bankclub.ru>
15. http://www.reglament.net/bank/bankproduct/2008_3_article.htm
16. <http://salesmasters.ru/aktivnye-prodazhi-bankovskix-produktov/>
17. <http://www.marketing.spb.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Контроль результатов освоения учебной дисциплины

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь: <ul style="list-style-type: none">– производить продажу банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий;– осуществлять информационное сопровождение клиентов;– осуществлять мониторинг эффективности продаж банковских продуктов.	Практическая проверка, письменная проверка, комбинированный опрос, презентация, тестовый контроль
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать: <ul style="list-style-type: none">– виды банковских продуктов и услуг;– методы осуществления продажи банковских продуктов и услуг;– стратегию продажи.	Тестовый контроль, устный опрос, комбинированный опрос, экзамен

4.2. Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг
2. Классификация банковских услуг.
3. Базовый и расширенный ассортимент услуг.
4. Классификация рынка банковских услуг
5. Этапы анализа рынка банковских услуг.
6. Понятие депозитной услуги и ее свойства
7. Отличие депозитной услуги и депозитного продукта
8. Депозитные операции
9. Виды расчетных продуктов и услуг
10. Расчетно-кассовое обслуживание
11. Формы осуществления безналичных расчетов
12. Платежные пластиковые карты
13. Классификация кредитных услуг
14. Виды кредитных продуктов

15. Разработка кредитных продуктов
16. Виды предоставляемых услуг в иностранной валюте
17. Порядок и условия предоставления услуг в иностранной валюте
18. Инвестиционные банковские услуги
19. Трастовые банковские услуги
20. Новые банковские продукты и услуги
21. Сущность ценовой политики банка
22. Этапы ценообразования в банке.
23. Методы ценообразования на банковские продукты и услуги.
24. Основные ценообразующие факторы.
25. Технология выездного обслуживания
26. Обеспечение клиентов актуальной информацией
27. Повышение лояльности и удовлетворенности клиентов
28. Активные маркетинговые кампании
29. Метод заранее отработанного подхода
30. Метод, основанный на удовлетворении имеющихся нужд и запросов клиентов
31. Метод формирования нужд и запросов клиентов
32. Ключевые этапы продаж банковских продуктов и услуг
33. Навыки установления контакта, выяснение целей и потребностей, презентация, завершение продажи
34. Работа с возражениями клиентов
35. Устойчивое партнерство банка с клиентом:
36. Построение взаимоотношений с V.I.P. – клиентами
37. Новые методы построения взаимоотношений с клиентами банка.
38. Характеристика процессов продаж БП
39. Правила эффективных продаж БП
40. Понятие маркетинга и банковского маркетинга
41. Рекламные приемы банков
42. Типология клиентов
43. История Сбербанка
44. Миссия, ценности Сбербанка. Канал прямые продажи
45. Идентификация физических лиц
46. Обязательное пенсионное страхование. НПФ Сбербанка
47. Международные банковские карты
48. Потребительский кредит
49. Жилищное кредитование
50. Льготный период на кредитной карте

5. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ

№	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Тема занятия	Количество часов	Код формируемых компетенций
1	Деловая игра «Взаимодействие участников системы карточных расчетов»	Тема 1.3	2	ОК 1-5 ПК 1.6
2	Деловая игра «Разработка нового кредитного продукта»	Тема 1.4	2	ОК 1-5 ПК 2.1 - 2.5
3	Работа с мини-кейсами «Эффективность и находчивость в решении рабочих ситуаций»	Тема 1.6.	2	ОК 1-5 ПК 1.4 – ПК 1.6 ПК 2.1 – ПК 2.5
4	- Тренинг «Выбор метода продажи БПиУ» - Тренинг «Как повысить лояльность клиента»	Тема 2.1	4	ОК 1-5 ПК 1.6 ПК 2.1 – ПК 2.3
5	- Тренинг «Выяснение целей и потребностей» - Ролевая игра «Работа с возражениями клиентов»	Тема 2.2	4	ОК 1-5 ПК 1.6 ПК 2.1 – ПК 2.3
6	- Ролевая игра «Установление взаимоотношений с V.I.P. – клиентом» - Ролевая игра «Психотипы клиентов»	Тема 2.3	4	ОК 1-5 ПК 1.6 ПК 2.1 – ПК 2.3
7	- Тренинг «Разработка стратегии продажи ипотечного кредита» - Тренинг «Разработка стратегии продажи депозита» - Тренинг «Разработка стратегии продажи автокредита» - Тренинг «Разработка стратегии продажи кредитной карты» - Тренинг «Разработка стратегии продажи дебетовой карты» - Тренинг «Телефонные продажи» - Работа с кейсом «Анализ эффективности продаж»	Тема 2.4	8	ОК 1-5 ПК 1.4 – ПК 1.6 ПК 2.1 – ПК 2.5
	Итого:		26	