

Автономная некоммерческая профессиональная
образовательная организация
«Северо-Кубанский гуманитарно-технологический колледж»

УТВЕРЖДАЮ

директор

д.и.н., профессор

В.А. Штурба

2017 год



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»
специальность 38.02.07 Банковское дело

Учебная нагрузка обучающихся

	Форма обучения
	очная
Лекции	12
Семинарские/практические занятия	52
Самостоятельная работа	26
Всего	90

ст-ца Куцевская

2017 год

Рассмотрена и одобрена
на заседании ЦМК
экономических дисциплин
«__» _____ 2017 г.
Протокол № ____
Председатель комиссии

Рабочая программа дисциплины ОП.15 «Организация продажи банковских продуктов» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 «Банковское дело».

Организация-разработчик: АНПОО «СК ГТК»

Разработчики:

Ф.И.О., должность, предметная область, место работы

Рецензенты:

Ф.И.О., должность, место работы

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15	
«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ».....	3
1.1. Область применения программы	3
1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена	4
1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15	
«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ».....	6
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	6
2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.15 «Организация продажи банковских продуктов»	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15	
«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ».....	15
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	15
3.2. Информационное обеспечение обучения	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.07 Банковское дело в части освоения соответствующих общих, профессиональных и дополнительных компетенций:

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 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ПК 1.1. Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов.

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.

ДПК 3.1. Применение современных тенденций развития рынка и технологии продаж банковских продуктов и услуг.

ДПК 3.2. Владение навыками финансового консультирования клиентов в рамках взаимодействия банка с существующими и потенциальными клиентами.

ДПК 3.3. Владение приемами расчета эффективности методов продаж розничных услуг в банке.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Дисциплина является вариативной частью программы подготовки специалистов среднего звена и входит в профессиональный учебный цикл.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен:

уметь:

- осуществлять сбор информации о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
- владеть техникой ведения переговоров с клиентами;
- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;
- организовывать презентации банковских продуктов и услуг;
- представлять преимущества конкретных банковских продуктов и услуг;
- осуществлять продажу банковских продуктов и услуг;
- осуществлять послепродажное обслуживание клиентов;
- предотвращать и разрешать конфликтные ситуации.

знать:

- организацию процесса продаж в банках;
- этапы продаж банковских продуктов и услуг;
- основные каналы продвижения банковских продуктов и услуг;
- каналы и методы привлечения клиентов в банк;
- основные требования к качеству обслуживания клиентов банка;
- принципы и правила установления контактов с клиентами;
- психологические типы клиентов;
- способы выявления потребностей клиентов;

- правила подготовки и проведения эффективной презентации;
- приемы и методы работы с возражениями;
- приемы и методы послепродажного сопровождения клиентов;
- правила поведения в конфликтных ситуациях.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 90 часов, включая:
обязательную аудиторную учебную нагрузку обучающегося – 64 часа;
самостоятельную работу обучающегося – 26 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	64
Практические занятия	52
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26

Тематический план и содержание дисциплины ОП.15 «Организация продажи банковских про

Тематика	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	Обязательные профессиональные компетенции
	2	3	4	

Изучения темы 1 обучающийся должен:

- собирать информацию о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
- осуществлять продажу банковских продуктов и услуг;
- осуществлять послепродажное обслуживание клиентов;

- анализировать процесс продаж в банках;
- анализировать рынок банковских продуктов и услуг;
- анализировать каналы продвижения банковских продуктов и услуг;
- анализировать методы привлечения клиентов в банк;
- анализировать требования к качеству обслуживания клиентов банка.

Тематика продаж и услуг	<p>Содержание учебного материала</p>	2	1	ОК 1, 2, 2.1,
	<p>Понятия «банковский продукт» и «банковская услуга». Общая характеристика основных видов банковских продуктов и услуг. Конкуренция и конкурентные отношения на рынке банковских продуктов и услуг. Характеристики банковского продукта, влияющие на его конкурентоспособность.</p>			
	<p>Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Субъекты и объекты процесса продаж. Базовые модели продаж: продажа, ориентированная на продукт; продажа, ориентированная на клиента. Организация процесса продаж в банке. Особенности организации продаж для частных и корпоративных клиентов. Управление процессом продажи банковских продуктов и услуг. Планирование объемов продаж банковских продуктов и услуг: разработка плана работы с текущими клиентами; плана привлечения новых клиентов.</p>	6	2	
<p>Практические занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Распределение функциональных обязанностей между участниками процесса продаж банковских продуктов и услуг. 2. Ролевая игра « Процесс продаж банковских продуктов и услуг». 				

	3. Анализ конкурентных преимуществ банка и его продуктов и услуг.		
	Самостоятельная работа: Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы; выполнение поисково-аналитического задания по теме «Конкуренция на рынке банковских продуктов и услуг»	4	3

изучения темы 2 обучающийся должен:

сбор информации о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
преимущества конкретных банковских продуктов и услуг;
продажу банковских продуктов и услуг;

о процесса продаж в банках;
ж банковских продуктов и услуг;
каналы продвижения банковских продуктов и услуг;
годы привлечения клиентов в банк;
требования к качеству обслуживания клиентов банка.

Стратегии продаж банковских продуктов и услуг	Содержание учебного материала	2	1	ОК 1, 2 2.4, Д
	Содержание понятия «стратегия продаж». Виды стратегий продаж, их характеристики. Основные этапы формирования и реализации стратегии продаж. Анализ общей конкурентной ситуации, в которой находится банк. SWOT-анализ. Изучение маркетинговых действий конкурентов. Изучение рыночного спроса и предложения на банковские продукты и услуги. Прогнозирование спроса на банковские продукты и услуги.			
	Исследование покупательских предпочтений. Формирование конкурентного продуктового предложения. Сегментирование клиентской базы. Позиционирование продукта. Выбор стратегии продаж.			
	Каналы продвижения банковских продуктов и услуг. Их особенности, преимущества и недостатки. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов. Особенности их применения для различных групп клиентов. Меры, предпринимаемые банками для привлечения клиентов.			
	Практические занятия: 1. Деловая игра «Продвижение нового банковского продукта» 2. Анализ различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг 3. Выполнение заданий по сегментированию клиентской базы банка и	6	2	

	позиционированию банковских продуктов.		
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по темам: «Практика применения российскими и зарубежными банками различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг», «Факторы, влияющие на выбор банком стратегии продаж». Цели и методы сегментирования клиентской базы, роль банковской рекламы, PR, личной продажи и стимулирования сбыта в продажах банковских продуктов и услуг.</p>	4	3

изучения темы 3 обучающийся должен:

сбор информации о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
 техникой ведения переговоров с клиентами;
 оказывать личное имиджевое воздействие на клиента;
 осуществлять презентации банковских продуктов и услуг;

способы привлечения клиентов в банк;
 подготовки и проведения эффективной презентации;
 способы работы с возражениями;
 способы послепродажного сопровождения клиентов;
 поведения в конфликтных ситуациях.

Содержание учебного материала	2	1	ОК 1, 2, 2.1, 2.3,
<p>Методы, принципы и формы организации продаж банковских продуктов и услуг. Метод, основанный на удовлетворении имеющихся нужд и запросов. Метод формирования нужд и запросов. Современные методы повышения уровня объема продаж банковских продуктов и услуг. Способы продаж банковских продуктов и услуг: пакетное предложение услуг, кросс-продажи, кобрендинговые программы. Обслуживание клиентов персональными менеджерами. Использование информационных технологий в системе продаж банковских продуктов. Дистанционное банковское обслуживание: системы «Клиент-банк» (Интернет-банкинг, on-line banking, direct banking, home banking), системы «Телефон-Банк» (телефонный банкинг, телебанкинг, SMS-banking), устройства банковского самообслуживания.</p>			

<p>Практические занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описание различных видов банковских продуктов по схеме ОПЦ (Особенности – Преимущества – Ценности) 2. Тренинг на отработку техники продаж по схеме ОПЦ. 3. Тренинг «Продажа банковских продуктов» (с применением различных методов продаж). 4. Проведение маркетинговых исследований предпочтений клиентов банка и разработка соответствующей техники продаж 	10	2	
<p>Самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>Изучение конспекта лекций, учебной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию. Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по темам: «Развитие электронных каналов доставки банковских продуктов», «Современные методы продажи банковских продуктов и услуг», «Активные методы продажи банковских продуктов», «Особенности продажи банковских продуктов корпоративным и розничным клиентам».</p>	3	3	

Изучения темы 4 обучающийся должен:

сбор информации о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
техники ведения переговоров с клиентами;
личное имиджевое воздействие на клиента;
предвидеть и разрешать конфликтные ситуации;

правила установления контактов с клиентами;
основные типы клиентов;
определения потребностей клиентов;
подготовки и проведения эффективной презентации;
способы работы с возражениями;
способы послепродажного сопровождения клиентов;
действия в конфликтных ситуациях.

<p>Содержание учебного материала</p>	2	1	ОК 1, 2
<p>Коммуникативная природа процесса продаж. Особенности коммуникативного процесса в банках. Структура коммуникативного процесса. Вербальные и невербальные средства коммуникаций. Роль эффективных коммуникаций в продаже банковских продуктов и услуг.</p>			2.1, 2.3,

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 личные качества менеджера по продажам банковских продуктов и услуг.			
	Практические занятия: 1. Тренинг «Определение типа клиента». 2. Тренинг на развитие рефлексии и эмпатии. 3. Ролевая игра «Проведение конкурса среди менеджеров по продажам» 4. Тренинг «Холодные звонки»	8	2	
	Самостоятельная работа: Изучение конспекта лекций, учебной и дополнительной литературы. Выполнение индивидуальных заданий; подготовка к проведению ролевой игры. 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	3	

изучения темы 5 обучающийся должен:

- сбор информации о клиентах, производить сегментирование клиентской базы;
- техникой ведения переговоров с клиентами;
- личное имиджевое воздействие на клиента;
- преимущества конкретных банковских продуктов и услуг;
- продажу банковских продуктов и услуг;
- послепродажное обслуживание клиентов;
- выявлять и разрешать конфликтные ситуации;

- требования к качеству обслуживания клиентов банка;
- правила установления контактов с клиентами;
- основные типы клиентов;
- выявления потребностей клиентов;
- подготовки и проведения эффективной презентации;

годы работы с возражениями;
годы послепродажного сопровождения клиентов;
действия в конфликтных ситуациях.

<p>Темы и виды работ на этапах их услуг</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	2	1	ОК 1, 2 2.1-2.4, 3
	<p>Техника установления контакта с клиентом. Приемы эффективного взаимодействия с незнакомым человеком. Выявление потребности в банковских услугах на основе интереса клиента. Технология работы с «холодным клиентом».</p>			
	<p>Технология проведения презентации банковских продуктов и услуг. Работа с возражениями клиентов. Оценка возражений. Методы рассмотрения возражений. Приемы и методы завершения продаж. Работа с отказами клиентов. Конфликтные ситуации, возникающие при продажах и приемы их урегулирования. Послепродажные проблемы. Контроль за предоставлением услуги как один из способов предотвращения послепродажных проблем. Стратегии послепродажного обслуживания. Приемы и методы построения эффективной системы обратной связи.</p>			
	<p>Практические занятия 1. Тренинг «Техника работы с возражением». 2. Тренинг «Эффективное взаимодействие с клиентом» 3. Просмотр учебных видеоматериалов с образцами эффективного и неэффективного поведения менеджеров по продажам с последующим анализом. 4. Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг 5. Составление поведенческих стандартов обслуживания клиентов на различных этапах продажи конкретного банковского продукта 6. Тренинг «Презентация банковского продукта» (на примерах продаж различных банковских продуктов). Видеозапись презентации и ее последующий анализ.</p>	14	2	
	<p>Самостоятельная работа: Изучение конспекта лекций, учебной и дополнительной литературы. Подготовка к практическим занятиям. Разработка презентации. Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по вопросам послепродажного обслуживания клиентов.</p>	6	3	

в процессе изучения темы обучающийся должен:

• владеть техникой ведения переговоров с клиентами;
 • оказывать личное имиджевое воздействие на клиента;
 • осуществлять послепродажное обслуживание клиентов;
 • предотвращать и разрешать конфликтные ситуации;

• знать требования к качеству обслуживания клиентов банка;
 • понимать типы и правила установления контактов с клиентами;
 • различать психологические типы клиентов;
 • уметь выявлять потребности клиентов;
 • знать методы и методы работы с возражениями;
 • знать методы и методы послепродажного сопровождения клиентов;
 • уметь вести себя в конфликтных ситуациях.

Качество обслуживания в банке	Содержание учебного материала	2	1	0
	Понятие «качество обслуживания». Составляющие качественного обслуживания клиентов банка. Применение стандартов ИСО 9000 в банковской деятельности. Система менеджмента качества в российских банках. Стандарты качества обслуживания клиентов в банке (российская и зарубежная практика). Оценка качества обслуживания в банке. Организация взаимодействия подразделений банка для повышения качества обслуживания клиентов.			
	Практические занятия: 1. Анализ практических примеров качества обслуживания в банке (на основе собранных материалов). 2. Деловая игра «Повышение качества обслуживания в банке» 3. Выполнение тестовых заданий.	8	2	
	Самостоятельная работа: Изучение конспекта лекций, учебной и дополнительной литературы; Подготовка к практическому занятию (сбор информации о качестве обслуживания в банках с посещением конкретного банка). Подготовка сообщений на основе материалов периодической печати и интернет-сайтов по темам: «Система менеджмента качества в банках», «Современные информационные системы обеспечения работы с клиентами (CRM-системы)».	5	3	

Подготовка к экзамену.			
	Всего	90	

Характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины «Организация продажи банковских продуктов» требует наличия кабинета деятельности кредитно-финансовых институтов.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель.

Технические средства обучения:

- компьютеры для оснащения рабочего места преподавателя;
- технические устройства для аудиовизуального отображения информации;
- аудиовизуальные средства обучения.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов

Основные источники:

1. Банк и банковские операции: Учебник/ коллектив авторов; под ред. О.И. Лаврушина.-М.:КНОРУС,2016

2. Банковское дело: розничный бизнес: Учебное пособие / коллектив авторов под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой.- М.: КНОРУС, 2016.

3. Белоглазова Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров /Г.Н. Белоглазов, Л.П. Кроливецкая. - М.:Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2012.-422с.-Серия: Бакалавр /Гриф

Дополнительные источники:

1. Банковское дело: учебник / под ред. Г.Г. Коробовой. – М.: Юристъ, 2012.

2. Банковский менеджмент: учебник / под ред. А.А. Максютова. – М.: Альфа-пресс, 2014.

3. Владиславлев, Д.Н. Как организовать клиентскую службу банка/ Д.Н. Владиславлев. – М.: Ось-89, 2012.

4. Мирсанов Г.И. Тренинги продаж банковских услуг. Способы и приемы поведения/ Г.И. Мирсанов, Н.А. Минина, М.Ю. Семилетова. – М.: Когнити-Центр, 2011.

5. Пухов А.В. Методология развития банковского розничного бизнеса/ А.В. Пухов. – М. : Парфёнов.ру : ЦИПСИР, 2012.

6. Пухов А.В. Продажи и управление бизнесом в розничном банке/ А.В. Пухов. – М.: ЦИПСИР: КНОРУС, 2012.

7. Розничный банковский бизнес. Бизнес-энциклопедия. – М.: ЦИПСИР: Альпина Паблишер, 2012.

8. Хабаров В.И, Банковский маркетинг: учеб. Пособие / В.И. Хабаров, Н.Ю. Попова. – М.: Маркет ДС, 2011.

9. ЭБС «IPRbooks».

Интернет-ресурсы:

Информационный банковский портал. – Режим доступа:
<http://www.banki.ru>

Материалы официального сайта Банка России. – Режим доступа:
<http://www.cbr.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ»

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

В ходе аттестации по дисциплине ОП.15 «Организация продажи банковских продуктов» осуществляется комплексная проверка умений, знаний, общих и профессиональных компетенций.

Для осуществления контроля знаний, умений, степени сформированности общих и профессиональных компетенций обучающихся в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта разработан комплект оценочных средств по дисциплине ОП.15 «Организация продажи банковских продуктов» (приложение 5 к ППССЗ).