

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 22.08.2023 17:24:03

Уникальный идентификатор документа:

24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

Одобрена

Педагогическим советом колледжа

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам и качеству образования

протокола № 4 от 06.12.2022 г.

Председатель

Д.А. Карх

протокол № 4 от 06.12.2022 г.

Директор колледжа _____ А.Э.Чечулин

(подпись)



(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины МДК.02.03 Выполнение работ по профессии "Агент банка"

Специальность 38.02.07 Банковское дело

Форма обучения очная

Год набора 2023

Разработана:

Преподаватель,

Яковлев Вячеслав Владимирович

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | 6 |
| 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП | 6 |
| 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН | 11 |
| 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ | 12 |
| 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 14 |
| 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ | 21 |
| 9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 21 |
| 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 22 |
| 11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 23 |

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена, разработанной в соответствии с ФГОС СПО

| | |
|----------|---|
| ФГОС СПО | Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 67) |
| ПС | |

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс «Выполнение работ по профессии Агент Банка» является частью ПМ.02 Осуществление кредитных операций.

Целями освоения междисциплинарного курса «Выполнение работ по профессии Агент Банка» является формирование системы знаний и умений, соответствующих профессиональным компетенциям, необходимым для овладения указанным видом профессиональной деятельности.

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:

Знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации;
- содержание актуальной нормативно-правовой документации;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального развития и самообразования;
- современные средства и устройства информатизации;
- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности;
- требования к составлению и оформлению документов, с применением современных средств связи, аппаратно-технических средств и компьютерных технологий;
- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;
- законодательства Российской Федерации об ипотеке, законодательства Российской Федерации о персональных данных, локальных актов и методических документов в области платежных услуг, бухгалтерского учета в банках, правил делового общения с клиентами;
- нормативные правовые документы, регулирующие организацию безналичных расчетов, организацию обслуживания счетов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, совершение операций с использованием платежных карт, операции по международным расчетам, связанным с экспортом и импортом товаров и услуг;
- содержание и порядок формирования юридических дел клиентов;
- формы расчетов и технологии совершения расчетных операций;
- виды платежных карт и операции, проводимые с их использованием;
- условия и порядок выдачи платежных карт;
- типичные нарушения при совершении расчетных операций по счетам клиентов, межбанковских расчетов, операций с платежными картами;
- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;

- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;
 - продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
 - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
 - организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
 - правила делового общения с клиентами;
 - понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;
 - определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;
 - 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;
 - основные формы продаж банковских продуктов;
 - политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;
 - отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;
 - способы продвижения банковских продуктов;
 - методы и приемы анализа эффективности платежных услуг;
 - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;
 - особенности продажи банковских продуктов и услуг;
 - условия успешной продажи банковского продукта;
 - этапы продажи банковских продуктов и услуг;
 - организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
 - способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;
 - 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.
- Уметь:
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;
 - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
 - составить план действия;
 - определить необходимые ресурсы;
 - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
 - реализовать составленный план;
 - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
 - определять задачи для поиска информации;
 - определять необходимые источники информации;
 - планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;
 - выделять наиболее значимое в перечне информации;
 - оценивать практическую значимость результатов поиска;
 - оформлять результаты поиска;
 - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
 - применять современную научную профессиональную терминологию;
 - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
 - применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
 - использовать современное программное обеспечение;
 - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы

(профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;

- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые) по

организации документооборота, по формированию отчетных документов по платежным услугам, по консультированию клиента по видам ипотечных кредитов, по планированию и применению тактики при проведении переговоров;

- оформлять договоры банковского счета с клиентами;
- консультировать клиентов по вопросам открытия банковских счетов, расчетным операциям, операциям с использованием различных видов платежных карт;

оформлять выдачу клиентам платежных карт; использовать специализированное программное обеспечение для расчетного обслуживания клиентов, совершения межбанковских расчетов и операций с платежными картами;

- 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;
- разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме;
- оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в

соответствии с выявленными потребностями;

- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;
- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских

продуктов и услуг;

- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;
- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;
- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных

клиентов.

- сравнивать показатели эффективности платежных услуг;
- 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;
- ориентироваться в продуктовой линейке банка;
- формировать кредитное досье клиента.

Иметь практический опыт:

- консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам.

В результате анализа профессиональных стандартов и сопоставления их требований с требованиями ФГОС дополнительно к инвариантным определены вариативные результаты обучения, подлежащие формированию при освоении программы данной учебной дисциплины (Приложение 8):

Знать:

- правила делового общения с клиентами;
- методы и приемы анализа эффективности платежных услуг.

Уметь:

- разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме;
- оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями;
- сравнивать показатели эффективности платежных услуг.

Результатом освоения дисциплины, в соответствии с рабочей программой воспитания, является формирование у обучающихся следующих личностных результатов обучения:

ЛР 13. Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности.

ЛР 14. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.

ЛР 15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

| Промежуточный контроль | Часов | | | | | Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых |
|------------------------|------------------|--------------------------------|--------|----|---|--|
| | Всего за семестр | Контактная работа (по уч.зан.) | | | Практические занятия, включая курсовое проектирование | |
| | | Всего | Лекции | | | |
| Семестр 2 | | | | | | |
| | 0 | 120 | 64 | 56 | 1 | 0 |
| Семестр 3 | | | | | | |
| Зачет с оценкой | 0 | 52 | 26 | 26 | 29 | 0 |
| | 0 | 172 | 90 | 82 | 30 | 0 |

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП

В результате освоения ООП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС СПО.

Общие компетенции (ОК)

| Шифр и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---------------------------------|-----------------------------------|
|---------------------------------|-----------------------------------|

| | |
|--|---|
| <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> | <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составить план действия; - определить необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме; - оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями; - сравнивать показатели эффективности платежных услуг. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - правила делового общения с клиентами; - методы и приемы анализа эффективности платежных услуг. |
| <p>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> | <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации. |

| | |
|--|---|
| <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;</p> | <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования. |
| <p>ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;</p> | <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - требования к составлению и оформлению документов, с применением современных средств связи, аппаратно-технических средств и компьютерных технологий. |
| <p>ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;</p> | <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые) по организации документооборота, по формированию отчетных документов по платежным услугам, по консультированию клиента по видам ипотечных кредитов, по планированию и применению тактики при проведении переговоров <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - законодательства Российской Федерации об ипотеке, законодательства Российской Федерации о персональных данных, локальных актов и методических документов в области платежных услуг, бухгалтерского учета в банках, правил делового общения с клиентами. |

Профессиональные компетенции (ПК)

| Шифр и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Ведение расчетных операций | |

| | |
|--|--|
| <p>ПК 1.1. Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов;</p> | <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформлять договоры банковского счета с клиентами; - консультировать клиентов по вопросам открытия банковских счетов, расчетным операциям, операциям с использованием различных видов платежных карт. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативные правовые документы, регулирующие организацию безналичных расчетов, организацию обслуживания счетов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, совершение операций с использованием платежных карт, операции по международным расчетам, связанным с экспортом и импортом товаров и услуг; - содержание и порядок формирования юридических дел клиентов; - формы расчетов и технологии совершения расчетных операций. |
| <p>ПК 1.6. Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт.</p> | <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформлять выдачу клиентам платежных карт; - использовать специализированное программное обеспечение для расчетного обслуживания клиентов, совершения межбанковских расчетов и операций с платежными картами. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды платежных карт и операции, проводимые с их использованием; - условия и порядок выдачи платежных карт; - типичные нарушения при совершении расчетных операций по счетам клиентов, межбанковских расчетов, операций с платежными картами. |
| <p>Осуществление кредитных операций</p> | |

ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов;

Иметь практический опыт:

- консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам.

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;
- разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме;
- оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями;
- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;
- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;
- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;
- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;
- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.
- сравнивать показатели эффективности платежных услуг.

Знать:

- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;
- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;
- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
- этапы продажи банковских продуктов и услуг;
- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
- правила делового общения с клиентами;
- понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;
- определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;
- 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;
- основные формы продаж банковских продуктов;
- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;
- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;
- способы продвижения банковских продуктов;
- методы и приемы анализа эффективности платежных услуг.

| | |
|--|--|
| <p>ПК 2.3. Осуществлять сопровождение выданных кредитов;</p> | <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - ориентироваться в продуктовой линейке банка; - формировать кредитное досье клиента; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений; - особенности продажи банковских продуктов и услуг; - условия успешной продажи банковского продукта; - этапы продажи банковских продуктов и услуг; - организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов; - способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам; - 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. |
|--|--|

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Тема | Часов | | | | | | |
|-----------|---|-------------|--------------------------------|--------------|----------------------|----------------|---------------------------------|
| | Наименование темы | Всего часов | Контактная работа (по уч.зан.) | | | Самост. работа | Контроль самостоятельной работы |
| | | | Лекции | Лабораторные | Практические занятия | | |
| Семестр 2 | | 121 | | | | | |
| Тема 1. | Банковская система РФ (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 12 | 10 | | 2 | | |
| Тема 2. | Банковские продукты и услуги (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 24 | 18 | | 6 | | |
| Тема 3. | Информационные технологии в банковской сфере (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 6 | 4 | | 2 | | |
| Тема 4. | Основы безопасности банковской деятельности (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 16 | 12 | | 4 | | |

| | | | | | | | |
|-----------|--|----|----|--|----|----|--|
| Тема 5. | Взаимоотношения банка и клиента (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 63 | 20 | | 42 | 1 | |
| Семестр 3 | | 81 | | | | | |
| Тема 6. | Основы обслуживания частных и корпоративных клиентов в коммерческом банке (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15) | 81 | 26 | | 26 | 29 | |

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

| Раздел/Тема | Вид оценочного средства | Описание оценочного средства | Критерии оценивания |
|---------------------------------------|-------------------------|--|------------------------------|
| Текущий контроль (Приложение 4) | | | |
| Тема 1. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Тема 2. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Тема 3. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Тема 4. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Тема 5. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Тема 6. | Кейс-задание | Метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий), позволяющих провести оценку знаний и умений студента. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
| Промежуточный контроль (Приложение 5) | | | |

| | | | |
|--------------------|------------------|---|------------------------------|
| 3 семестр (ЗаО) | Билет для зачёта | Билет состоит из 3 заданий: 1 - теоретический вопрос, 2 - тестовое задание 3 - практическое задание. Количество билетов - 30. | Оценивается от 2 до 5 баллов |
|--------------------|------------------|---|------------------------------|

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ООП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин (предметов) и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

| Показатель оценки | По 5-балльной системе | Характеристика показателя |
|-------------------|-----------------------|--|
| 100% - 85% | отлично | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне |
| 84% - 70% | хорошо | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.) |
| 69% - 50% | удовлетворительно | обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. |
| 49 % и менее | неудовлетворительно | обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач |
| 100% - 50% | зачтено | характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» |
| 49 % и менее | не зачтено | характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно» |

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Банковская система РФ (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)
"Коммерческие банки в банковской системе РФ" (финансовая система РФ; структура банковской системы в РФ; банковские операции и сделки; уставный капитал банка; лицензирование банковских операций; филиалы, представительства, внутренние структурные подразделения банка; обеспечение финансовой надежности кредитной организации; банковская тайна).
"Структура и функции Центрального Банка РФ (Банка России)" (сущность Банка России; цели деятельности, основные задачи и функции Банка России; организационная структура Банка России; денежно-кредитная политика Банка России).
"Структура и функции Центрального Банка РФ (Банка России)"
(денежно-кредитная политика Банка России; организация наличного денежного обращения; надзор за деятельностью кредитных организаций).
"Банк как элемент банковской структуры"
(цели деятельности, принципы и функции коммерческого банка; пассивные операции; активные операции; процентные доходы и процентные расходы; процентная маржа; комиссионные операции; кассовые операции; комиссионные доходы; особенности банковских услуг).
"Пассивные и активные операции кредитной организации"
(ресурсная база коммерческого банка; банковские ресурсы; пассивные операции; классификация пассивных операций; депозитные операции; активные операции; доходные и не доходные активы; депозитная и кредитная политика банка).

Тема 2. Банковские продукты и услуги (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

"Банковские продукты и услуги"
(банковские продукты и их характеристика; банковские услуги и их характеристика; взаимосвязь понятий «продукт», «услуга», «операция»; тарифная политика банка; цена и стоимость банковского продукта).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые физическим лицам"
(депозитные банковские продукты для клиентов розничного банковского бизнеса; Начисление процентов по депозитам (вкладам); система страхования вкладов в банках).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые физическим лицам"
(принципы банковского кредитования; виды кредитования; виды кредитования физических лиц).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые физическим лицам"
(потребительское кредитование; общие условия потребительского кредитования; процентные ставки по кредиту; полная стоимость кредита; график платежей).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые физическим лицам"
(расчётно-кассовое обслуживание клиентов розничного банковского бизнеса; банковские услуги (продукты) в рамках расчётно-кассового обслуживания; банковские счета; безналичные расчёты).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые физическим лицам"
(эмиссия и обслуживание банковских карт; операции, совершаемые с использованием платежных карт; национальная система платёжных карт «Мир»; операции с драгоценными металлами; особенности обслуживания состоятельных клиентов (private banking)).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые юридическим лицам"
(депозитные банковские продукты для клиентов корпоративного банковского бизнеса; расчётно-кассовое обслуживание клиентов корпоративного банковского бизнеса; кассовые операции; услуги по выпуску и обслуживанию банковских карт).

"Банковские продукты и услуги, оказываемые юридическим лицам"
(кредитные банковские продукты для клиентов корпоративного банковского бизнеса; виды и типы кредитов, предоставляемых юридическим лицам; кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства; факторинг, лизинг и банковская гарантия).

"Национальная платёжная система"
(характеристика национальной платёжной системы; система быстрых платежей; система передачи финансовых сообщений Банка России; маркетплейс; цифровой рубль).

Тема 3. Информационные технологии в банковской сфере (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

"Банковские операции в условиях развития информационных технологий"

(автоматизированные банковские системы; CRM-система; большие данные (Big Data); бизнес-аналитика; облачные технологии).

"Банковские операции в условиях развития информационных технологий"

(дистанционное банковское обслуживание; клиент-банк; интернет-банк; основные услуги, предоставляемые в рамках систем ДБО; преимущества и недостатки интернет-банкинга; мобильный банкинг).

Тема 4. Основы безопасности банковской деятельности (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

"Концептуальные основы безопасности банка"

(основные понятия и определения; реализация требований безопасности; основные виды угроз безопасности банка; виды деятельности банка, в процессе которых реализуются угрозы; способы реализации угроз безопасности банка; субъекты угроз; служба безопасности банка).

"Организационные основы безопасности банка"

(субъекты обеспечения безопасности банка; средства и методы обеспечения безопасности банка; задачи реализуемые в области обеспечения безопасности; организация внутреннего контроля банка; организация службы безопасности банка).

"Защита от преступлений, посягающих на собственность банка" (хищение денежных средств при совершении кредитных операций; хищения денежных средств в сфере расчётно-кассового обслуживания).

"Защита от преступлений, посягающих на порядок функционирования банка"

(злоупотребление полномочиями; коммерческий подкуп; противоправные посягательства на сведения банка, составляющие банковскую, коммерческую и иную тайну; противоправные посягательства в сфере компьютерного обеспечения деятельности банка; противоправные посягательства на кадровое обеспечение банка; противоправные посягательства на нематериальные активы банка).

"Организация противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма"

(типичные способы сокрытия или искажения подлинной информации об участниках операций; типичные способы сокрытия или искажения информации о подлинном происхождении денежных средств; система мер предупреждения легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путём и финансирования терроризма).

"Идентификация"

(характеристика идентификации; идентификация при осуществлении операций с денежными средствами или иным имуществом; упрощённая идентификация; требования к документам при проведении идентификации; удалённая идентификация).

Тема 5. Взаимоотношения банка и клиента (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

"Взаимоотношения банка и клиента"

(характеристика типов клиентов банка, критерии их классификации; принципы взаимоотношений банка и клиента).

"Взаимоотношения банка и клиента: права и обязанности банка"

(права и обязанности клиента; современная система управления взаимоотношениями банка и клиентов).

"Выбор банка для обслуживания и проведения банковских операций"

(критерии при выборе банка; виды информации о работе банка; определение финансовой устойчивости банка; экономическая и информационная безопасность банка).

"Психология индивидуальных различий клиентов"

(темперамент и характер; конституционная теория Шелдона).

"Психология индивидуальных различий клиентов"

(темпераменты чувства и темпераменты действия; теория темперамента И. Канта; теория темперамента И.П. Павлова; типология К.Г. Юнга).

"Мотивация и потребности клиентов"

(потребность как внутренний побудитель активности человека; вторичные потребности личности; классификация потребностей).

"Мотивация и потребности клиентов"

(мотив как потребность; предмет удовлетворения потребности (мотив как цель); мотив как побуждение; мотив как намерение).

"Мотивация и потребности клиентов"

(стадии мотивационного процесса; мотиваторы; виды мотивационных образований).

"Мотивация и потребности клиентов"

(правила выявления потребностей клиента; правила презентации продукта клиенту; правила убеждения клиента и помощи в принятии решения; правила работы с возражениями клиента).

"Мотивация и потребности клиентов"

(семь шагов продаж: установление контакта; выявление потребности; презентация продукта; работа с возражениями; достижение договорённости по сделке; кросс-продажа; завершение обслуживания).

Тема 6. Основы обслуживания частных и корпоративных клиентов в коммерческом банке (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

«Знакомство с сайтом коммерческого банка» (основные разделы; услуги для частных клиентов; услуги для корпоративных клиентов; финансовая отчётность).

«Презентация банка, банковских продуктов и услуг» (краткая история банка; международные рейтинги банка; финансовые показатели банка; основная линейка банковских продуктов и услуг).

«Сценарий продаж кредитных продуктов для частных клиентов» (основные вопросы; алгоритм действий; пакет документов; кросс-продажи).

«Сценарий продаж депозитных продуктов для частных клиентов» (основные вопросы; алгоритм действий; пакет документов; кросс-продажи).

«Сценарий продаж расчётно-кассового обслуживания для частных клиентов» (основные вопросы; алгоритм действий; пакет документов; кросс-продажи).

«Обслуживание частных клиентов при потребительском кредитовании» (основные этапы обслуживания; пакет документов; расчёт платёжеспособности и кредитоспособности; расчёт максимально возможной суммы кредита; расчёт полной стоимости кредита; построение графика платежей по кредиту; формирование кредитного досье).

«Обслуживание частных клиентов при ипотечном жилищном кредитовании» (основные этапы обслуживания; пакет документов; расчёт платёжеспособности и кредитоспособности; расчёт максимально возможной суммы кредита; расчёт полной стоимости кредита; построение графика платежей по кредиту; формирование кредитного досье).

«Обслуживание частных клиентов при автокредитовании» (основные этапы обслуживания; пакет документов; расчёт платёжеспособности и кредитоспособности; расчёт максимально возможной суммы кредита; расчёт полной стоимости кредита; построение графика платежей по кредиту; формирование кредитного досье).

«Обслуживание частных клиентов при рефинансировании кредита» (основные этапы обслуживания; пакет документов; расчёт платёжеспособности и кредитоспособности; расчёт максимально возможной суммы кредита; расчёт полной стоимости кредита; построение графика платежей по кредиту; формирование кредитного досье).

«Обслуживание частных клиентов при оформлении кредитной карты» (основные этапы обслуживания; пакет документов; расчёт платёжеспособности и кредитоспособности; расчёт максимально возможной суммы кредита; расчёт полной стоимости кредита; построение графика платежей по кредиту; формирование кредитного досье).

«Обслуживание частных клиентов при открытии текущего/депозитного счёта» (основные этапы обслуживания; пакет документов; формирование юридического досье).

«Обслуживание частных клиентов при выпуске расчётной (дебетовой) карты» (основные этапы обслуживания; пакет документов; формирование юридического досье).

«Обслуживание корпоративных клиентов при открытии расчётного/депозитного счёта» (основные этапы обслуживания; пакет документов; формирование юридического досье).

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Банковская система РФ (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа №1. "Банк как элемент банковской структуры".

Тема 2. Банковские продукты и услуги (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа №2 "Начисление процентов по депозитам физических лиц"

Практическая работа №3 «Начисление процентов по кредитам физических лиц и кредитной карте».

Практическая работа №4 «Составление графика платежей по кредитам физических лиц».

Тема 3. Информационные технологии в банковской сфере (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа № 5 «Дистанционное банковское обслуживание».

Тема 4. Основы безопасности банковской деятельности (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа №6 «Меры безопасного использования банковских продуктов банка (мобильный банк, интернет банк, банковские карты)».

Практическая работа №7 «Методы и способы определения подлинности документов».

Тема 5. Взаимоотношения банка и клиента (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа №8 «Выбор банка для обслуживания и проведения банковских операций»

Практическая работа №9 «Личностный опросник Айзенка»

Практическая работа №10 «Деловое общение».

Практическая работа №11 «Деловая беседа».

Практическая работа №12 «Деловые переговоры».

Практическая работа №13 «Упражнение «Ведение переговоров».

Практическая работа №14 «Групповое общение».

Практическая работа №15 «Основы публичного выступления».

Практическая работа №16 «Методы адаптации при публичном выступлении».

Практическая работа №17 «Повышение убедительности речи и преодоление нервозности при публичном выступлении».

Практическая работа №18 «Имидж в деловом общении».

Практическая работа №19 «Анализ составляющих имиджа банковского работника».

Практическая работа №20 «Основы психологии конфликта».

Практическая работа №21 «Стратегии реагирования в конфликте».

Практическая работа №22 «Составляющие процесса продажи».

Практическая работа №23 «Технологии представления аргументов покупателю».

Практическая работа №24 «Техника планирования диалога с клиентом».

Практическая работа №25 «Работа с возражениями по цене продукта (услуги)».

Практическая работа №26 «Кросс-продажи».

Практическая работа №27 «Обслуживание клиентов по телефону».

Практическая работа №28 «Обслуживание клиентов в офисе банка».

Тема 6. Основы обслуживания частных и корпоративных клиентов в коммерческом банке (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Практическая работа № 29. Практические упражнения по работе с сайтом коммерческого банка.

Практическая работа № 30. Практические упражнения по работе с презентацией банка, банковских продуктов и услуг.

Практическая работа № 31. Практические упражнения со сценарием продаж кредитных продуктов для частных клиентов.

Практическая работа № 32. Практические упражнения со сценарием продаж депозитных продуктов для частных клиентов.

Практическая работа № 33. Практические упражнения со сценарием продаж расчётно-кассового обслуживания для частных клиентов.

Практическая работа № 34. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при потребительском кредитовании.

Практическая работа № 35. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при ипотечном жилищном кредитовании.

Практическая работа № 36. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при автокредитовании.

Практическая работа № 37. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при рефинансировании кредита.

Практическая работа № 38. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при оформлении кредитной карты.

Практическая работа № 39. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при открытии текущего/депозитного счёта.

Практическая работа № 40. Практические упражнения по обслуживанию частных клиентов при выпуске расчётной (дебетовой) карты.

Практическая работа № 41. Практические упражнения по обслуживанию корпоративных клиентов при открытии расчётного/депозитного счёта

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 5. Взаимоотношения банка и клиента (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ПК 1.1, ПК 1.6, ПК 2.2, ПК 2.3, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Подготовка к практическому упражнению «Ведение переговоров».

Тема 6. Основы обслуживания частных и корпоративных клиентов в коммерческом банке (ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09, ОК 10, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15)

Самостоятельная подготовка сценария продаж депозитных продуктов для частных клиентов.

Самостоятельная подготовка презентации банка, банковских продуктов и услуг. Коммерческий банк назначается преподавателем. Количество слайдов не более 20-ти.

Самостоятельная подготовка сценария продаж кредитных продуктов для частных клиентов.

Самостоятельная подготовка сценария продаж расчётно-кассового обслуживания для частных клиентов.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Гамза В. А., Ткачук И. Б., Жилкин И. М. Безопасность банковской деятельности [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 455 – Режим доступа: <http://urait.ru/bcode/489071>
2. Тавасиев А. М. Банковское дело [Электронный ресурс]: учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 534 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/519494>
3. Ручкина Г. Ф., Ашмарина Е. М., Гизатуллин Ф. К. Структура и функции Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебное пособие для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 175 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/517831>

4. Мартыненко Н. Н., Маркова О. М., Рудакова О. С., Сергеева Н. В. Банковское дело в 2 ч. Часть 2 [Электронный ресурс]:учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 368 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/513138>

5. Мартыненко Н. Н., Маркова О. М., Рудакова О. С., Сергеева Н. В. Банковское дело в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс]:учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 217 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/513137>

6. Алексеева Д. Г., Пыхтин С. В. Осуществление кредитных операций: банковское кредитование [Электронный ресурс]:учебник и практикум для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 128 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/517665>

Дополнительная литература:

1. Марамыгин М. С., Шатковская Е. Г., Логинов М. П., Мокеева Н. Н., Прокофьева Е. Н., Заборовская А. Е., Долгов А. С. Банковское дело и банковские операции [Электронный ресурс]:учебник для обучающихся в вузах по направлениям подготовки УГСН 38.00.00 "Экономика и управление". - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2021. - 565 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p493485.pdf>

2. Травкина Е. В. Рынок банковских услуг: проблемы и направления развития [Электронный ресурс]:Монография. - Москва: КноРус, 2021. - 163 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/942269>

3. Соколинская Н. Э. Анализ и оценка финансового состояния коммерческого банка на основе международных стандартов финансовой отчетности [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Русайнс, 2021. - 260 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/941952>

4. Ларина О. И. Банковское дело. Практикум [Электронный ресурс]:учебное пособие для спо. - Москва: Юрайт, 2023. - 234 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/513161>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к дифференцированному зачету

1. К какому типу финансовых посредников относится коммерческий банк?
2. Банковские операции.
3. Виды деятельности коммерческого банка, трактуемые как сделки.
4. Затратные банковские продукты.
5. Доходные банковские продукты.
6. Банковская маржа.
7. Розничные банковские продукты.
8. VIP- клиенты коммерческого банка, особенности их обслуживания.
9. Состоятельные клиенты коммерческого банка.
10. Массовые клиенты коммерческого банка.
11. Стандартные банковские продукты.
12. Индивидуальные банковские продукты.
13. Что означает банковский продукт?
14. Как трактует Закон РФ «О банках и банковской деятельности» понятие «банковский продукт»?
15. На достижение каких целей направлена «продуктовая политика» коммерческого банка?
16. Что означает линейка банковских продуктов?
17. Розничные и корпоративные клиенты коммерческого банка, их особенности, классификация.
18. Анализ портрета клиентов розничного банковского рынка.
19. Отличительные особенности стандартных (типовых) продуктов от индивидуальных.
20. Основные пути увеличения продаж банковских продуктов.
21. Формы продвижения банковских продуктов.
22. Виды продаж банковских продуктов.
23. Закон Парето.
24. Ключевые и VIP-клиенты: понятие, характеристика, особенности.
25. Техника холодных звонков. Механизм практической реализации.
26. Система обучения продажам банковских продуктов в коммерческом банке.
27. Брэнд банка, его стоимость.
28. Как можно увеличить продажи банковских продуктов?
29. Методы повышения эффективности продаж.
30. Причины неэффективности контактов с потенциальными клиентами.
31. Типы депозитных вкладов.
32. Налогообложение процентов по вкладам.
33. Льготы по налогообложению вкладов в России.
34. Банковские сертификаты, их виды.
35. Классификация банковских сертификатов.
36. Уступка прав требования по сертификатам.
37. Цессия.
38. Отличительные особенности обращения банковских сертификатов.
39. Страхование банковских вкладов и сертификатов.
40. Особенности выпуска сертификатов коммерческими банками.
41. Валюта выпуска сертификатов.
42. Банковское потребительское кредитование.
43. Кредиты наличными или на банковскую карту..
44. Особенности ипотечного кредитования.

45. Преимущества ипотечного кредитования для коммерческих банков.
46. Недостатки ипотечного кредитования для коммерческих банков.
47. Особенности автокредитования.
48. Роль и особенности функционирования микрофинансовых организаций.
49. Роль и значение кредитных союзов.
50. Условия по депозитным продуктам микрофинансовых организаций.
51. Условия по кредитным продуктам микрофинансовых организаций.
52. Особенности функционирования кредитного союза.
53. Права и обязанности пайщиков кредитного союза.
54. Регулирование деятельности микрофинансовых организаций.
55. Доход пайщика кредитного союза.
56. Проблемы и перспективы развития микрофинансовых организаций в России.
57. Будущее кредитных союзов в России.
58. Обезличенный металлический счет (ОМС): понятие, сущность, отличие от обычного рублевого счета.
59. Какие драгоценные металлы используются в ОМС?
60. Какие возможности предоставляет клиенту открытие ОМС?
61. Основные преимущества ОМС.
62. Начисляются ли проценты на остаток драгоценного металла на ОМС?
63. Действует ли гарантия системы страхования вкладов на ОМС? Почему?
64. Что можно хранить в сейфовых ячейках коммерческого банка?
65. Преимущества сейфовых ячеек (индивидуального банковского сейфа).
66. Понятие коллекционных (памятных) монет. Привести примеры.
67. Понятие инвестиционных монет. Привести примеры.
68. Особенности обращения памятных и инвестиционных монет.
69. Денежные переводы без открытия счета.
70. Сущность понятия «коммуникация»
71. Основные подходы к определению понятий «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация».
72. Соотнесите понятия «коммуникация» и «общение». Какое понятие является более широким?
73. Каковы основные этапы коммуникационного процесса?
74. По каким критериям можно оценивать эффективность коммуникативного процесса?
75. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?
76. Назовите виды общения. Какова специфика каждого из них?
77. Что представляют собой межличностные деловые коммуникации? Раскройте их сущность и структуру.
78. Каковы основные задачи, условия и функции делового общения.
79. Какова роль обратной связи в деловом общении?
80. Почему деловой человек должен владеть методами и приемами ведения деловых совещаний?
81. Какие виды совещаний вы знаете?
82. Каковы профессиональные цели деловых совещаний?
83. Что включает в себя подготовка деловых совещаний?
84. Что необходимо предусмотреть организатору совещания?
85. Что нужно знать, чтобы контролировать дискуссию?
86. Какие типы участников совещания можно выделить?
87. Какие требования предъявляются к ведущему делового совещания?
88. Сформулируйте характеристики публичной речи
89. Определите, в чем состоит сущность публичного выступления.
90. Какова подготовка к деловому публичному выступлению.
91. В чем заключается основное противоречие нравственного сознания в предпринимательской деятельности?

92. Что является механизмами нравственной регуляции делового общения?
93. Как деловая этика может способствовать повышению эффективности производства?
94. В чем заключается сущность понятия «справедливость»?
95. Какие этические ценности являются основой деловых отношений в цивилизованном обществе?
96. В чем состоит сущность делового этикета?
97. Каких норм этикета Вы будете придерживаться при общении с начальником?
98. Каковы правила речевого этикета?
99. Охарактеризуйте конфликт как разновидность конфронтации.
100. Каковы виды, структура и стадии протекания конфликтов?
101. Каковы предпосылки возникновения конфликта в процессе деловой коммуникации?
102. Как можно управлять конфликтом?
103. Охарактеризуйте стили поведения в конфликте.
104. Расскажите о правилах поведения в условиях конфликта.

7.3.2. Практико-ориентированные задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к дифференцированному зачету

Тестовые задания

| Содержание вопроса | Правильный ответ |
|---|----------------------|
| ОК 1 «Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Принципы, при соблюдении которых банки выдают кредиты а) Возвратности, срочности, платности б) Срочности, возвратности, обеспеченности, платности в) Срочности, дифференцированности, обеспеченности, платности | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Банковским кредитом называется кредит, ... а) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком физическим лицам б) предоставленный коммерческим банком коммерческим структурам в) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком юридическим лицам г) в денежной форме, предоставленный банку юридическими лицами | Б |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Что такое ликвидность банка? а) способность банка обеспечить своевременное погашение выданных ссуд; б) способность банка своевременно отвечать по обязательствам. в) гарантированное размещение бумаг эмитента на согласованных условиях. г) способность банка своевременно дать кредиты | Б |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Пассивные операции коммерческого банка – это... а) предоставление ссуд б) кассовые операции в) привлечение депозитов | В |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Объединение нескольких банков для выдачи крупного кредита: а) онкольный кредит; б) овердрафт; в) синдицированный кредит. | В |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Кому подотчётен Центральный Банк РФ (Банк России) | Государственной думе |
| 2. Сколько уровней имеет банковская система РФ | Два |
| 3. Что находится на первом уровне банковской системы РФ | Центральный Банк |
| 4. Как называется стратегия и тактика банка при организации кредитного процесса | Кредитная политика |

| | |
|--|-----------------|
| 5. Как называется цена кредита | Ссудный процент |
| ОК 02 «Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Главный источник финансовых ресурсов коммерческих банков в России а) депозиты физических лиц б) депозиты юридических лиц в) поступления от ценных бумаг г) кредиты ЦБ | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Операции коммерческих банков, которые не относятся к активным: а) выдача кредитов юридическим лицам б) вложение средств в строительство здания банка в) покупка государственных облигаций за счет средств банка г) приобретение сертификатов | Г |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Кассовым операциям не свойственно а) прием денег б) хранение денег в) выдача денег г) перевод денег | Г |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Для коммерческих банков не являются основными следующие операции а) активные б) валютные в) пассивные г) расчетно-кассовые | Б |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Главный смысл кредитной политики состоит в том, чтобы ... а) наладить взаимодействие инвесторов и предпринимателей б) обеспечить инвестициями расширенное воспроизводство в) обеспечить эффективное функционирование временно свободных денежных средств г) продать временно свободные ценности подороже, а купить подешевле | Г |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Что является наиболее важным источником получения валового дохода коммерческого банка | Кредитование |
| 2. Кем присваивается статус системно-значимой и социально значимой платежной системы | Банком России |
| 3. Как называется слушание, в процессе которого человек расшифровывает смысл сообщений | Рефлексивное |
| 4. Как называется уровень общения, при котором осуществляется организация совместной деятельности, поиск средств повышения эффективности сотрудничества | Деловой |
| 5. Как называется обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия | Просьба |

| ОК 03 «Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие» | |
|---|--------------|
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Выделить определяющие характеристики стратегии проникновения на рынок: а) предложения нового, ранее непредлагаемой услуги; б) предложение рынка традиционных услуг (кассовых, расчетных, кредитных); в) овладение и предложение банком услуг рынка, которые для данного банка являются новыми, но уже существуют на банковском рынке. | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Определить основные черты стратегии диверсификации банка на рынке: а) выход банка с новой услугой на сформированный рынок; б) выход банка на новый рынок и внедрение своего ассортимента услуг на нем. | А |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфическое требование к качеству услуги, которую предоставляет банк: а) надежность; б) цена; в) легкость и оперативность ее получения | В |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфические требования к качеству услуг банка: а) надежность услуги; б) цена услуги; в) легкость и оперативность ее получения в банке. | Б |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какие запросы клиентов удовлетворяет услуга банка «предоставления кредиту»: а) своевременность предоставления; б) новость; в) качество. | А |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Каким понятием определяется осознанное внешнее согласие человека с группой при внутреннем расхождении с ее позицией | Конформность |
| 2. Как называется бессознательная, невольная подверженность человека определенным психическим состояниям | Заражение |
| 3. Как называется многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека | Общение |
| 4. Как называется система средств общения, включающая в себя рукопожатие, поцелуй, похлопывание | Такесика |
| 5. Как называется система средств общения, включающая в себя пространственно – временную организацию общения | Проксемика |
| ОК 09 «Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности» | |

| Тестовые задания закрытого типа | |
|---|-----------------|
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. К средствам невербальной коммуникации относятся: а) Все ответы верны б) Кинесика в) Проксемика г) Такетика | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Логико-смысловое манипулирование информацией в деловом общении предлагает: а) Вербализованную подачу социально значимых для адресата дискурсов информации б) Дозирование информации в) Соккрытие важных смысловых дискурсов информации г) Утаивание информации | Г |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Общение – это: а) Все ответы верны б) Процесс передачи информации в) Процесс установления контактов между людьми г) Процесс формирования и развития личности | А |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Прием направленного критического слушания целесообразно использовать в деловых ситуациях, связанных с: а) «Прочтением» стенических эмоций партнеров б) Выслушиванием жалоб клиентов в) Дискуссионным обсуждением проблем г) Обсуждением каких-либо инновационных проектов | В |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Персональная дистанция в процессе общения: а) 120-350см б) 15-50см в) 50-120см г) Свыше 350см | В |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Как называется требование выполнять распоряжение инициатора, подкрепленное открытыми или подразумеваемыми угрозами | Принуждение |
| 2. Скрытое управление поведением партнера – это ... | Манипулирование |
| 3. В следствии чего возникают групповые нормы и ценности возникают в результате | Подражания |
| 4. Как называется неосознанная готовность человека определенным привычным образом воспринимать и оценивать каких-либо людей и реагировать определенным, заранее сформированным образом без полного анализа конкретной ситуации | Установка |
| 5. Какая функция общения, которая реализуется в возможности человека познать, утвердить себя, свою ценность в процессе общения | Подтверждения |
| ОК 10 «Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках» | |

| Тестовые задания закрытого типа | |
|--|------------------------|
| 1. Вас просят передать информацию отсутствующему коллеге. Вы ... а) напишите записку и положите на его стол б) предложите перезвонить в) увидев, расскажите ему г) попросите того, кто его наверняка увидит, передать содержание разговора | А |
| 2. В деловом общении обращение к собеседнику происходит на ... а) «Вы» независимо от должности и соподчинения б) «Вы» только с руководителем и сторонними людьми в) «Ты» независимо от должности и соподчинения | А |
| 3. Вы ведете переговоры. Партнер опоздал на встречу на 8 минут. Ваша реакция ... а) через шутку выражу свое недоумение б) выразительно посмотрю в момент его появления на часы в) сделаю вид, что ничего не произошло, сразу перейду к делу г) выражу опоздавшему свое недовольство | В |
| 4. При телефонном звонке следует... а) снять трубку после 5 звонка б) не снимать трубку в течение 5 минут в) снять трубку после второго или третьего звонка | В |
| 5. Прием «зацепки»: а) Заключается в непосредственном переходе к делу сразу, без вступления б) заключается в использовании дружеских слов, личного обращения по имени и отчеству, который позволит установить контакт в начале разговора в) выражается в необычном вопросе, сравнении, кратком изложении проблемы | В |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Какими образами преимущественно мыслят деловые партнеры с визуальной модальностью | Зрительными |
| 2. С помощью какой речи осуществляется вербальная коммуникация | Устной |
| 3. Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей – это ... | Атрибуция |
| 4. Расположение к себе собеседника, его притяжение на эмоциональном уровне – это ... | Аттракция |
| 5. Чем нельзя завершать переговоры с клиентом | Прекращением разговора |
| ПК 1.1. «Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Клиенту можно открыть ... а) только один расчетный счет б) два счета в одном банке в) несколько счетов в разных банках | В |

| | |
|--|-------------|
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. На расчетных документах, принятых банком к исполнению, должна быть проставлена подпись а) бухгалтерского работника, осуществившего их прием и проверку б) управляющего банком в) кассира | А |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Банковский счет является открытым с момента а) представления документов б) заключения договора банковского счета в) внесения записи об открытии счета в Книгу регистрации открытых счетов | В |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Юридическое лицо может открывать в банке а) 1 расчетный счет б) 2 расчетных счета в) неограниченное количество расчетных счетов | В |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Расчетный документ, представляющий собой поручение предприятия обслуживающему его банку перечислить определенную сумму со своего счета а) Платежное поручение б) Аккредитив в) Платежное требование | А |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Чем отличается депозитный сертификат от сберегательного | Владельцами |
| 2. Как называется счет, открываемый юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями, для совершения расчетов, связанных с предпринимательской деятельностью | Расчётный |
| 3. К какой группе очередности списания относится списание по исполнительным документам, предусматривающим перечисление денежных средств со счета для удовлетворения требований о возмещении вреда, причиненного жизни и здоровью | Первой |
| 4. Как называется счет, открываемый физическим лицам для совершения расчетных операций, не связанных с предпринимательской деятельностью или частной практикой | Текущий |
| 5. Как называется форма безналичных расчетов, обеспечивающая гарантию платежа | Аккредитив |
| ПК 1.6. «Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Держателем предоплаченной карты может быть а) физическое лицо б) юридическое лицо в) индивидуальный предприниматель | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Верно ли следующее утверждение? Банковская карта не может быть использована для снятия наличных денежных средств. а) да б) нет | Б |

| | |
|---|-----------------------------|
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Верно ли следующее утверждение? Пластиковая карта может быть привязана к одному или нескольким счетам в банке. а) Нет б) Да | Б |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какая разновидность пластиковых карт не относится к банковским картам? а) Кредитная карта б) Дебетовая карта с овердрафтом в) Дебетовая карта без овердрафта г) Дисконтная карта | Г |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какой способ хранить PIN-код от банковской карты слишком рискованный? а) Записать его на бумажке, которая хранится в кошельке, но не в том отделении, где сама карточка. б) Выучить наизусть и запомнить. в) Держать выданный банком конверт с PIN-кодом дома, вместе с другими важными документами. г) Носить с собой памятку, на которой PIN-код записан в зашифрованном виде. | А |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Как называется совокупность документов, собранных банком для открытия счета | Юридическое дело |
| 2. Как называется банк, выдавший карту своему клиенту | Эмитент |
| 3. Какому типу клиента выдаётся корпоративная карта | Юридическому лицу |
| 4. Как называется форма вознаграждения банка за предоставление им агентских услуг | Комиссионное вознаграждение |
| 5. Как называется цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны (или в международной денежной единице) | Валютный курс |
| ПК 2.2. «Осуществлять и оформлять выдачу кредитов» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Кредитная операция не включает в себя ... а) судебное разрешение спорных кредитных вопросов б) оформление кредитной заявки и документов, подтверждающих кредитоспособность клиента в) предварительное собеседование с потенциальным заемщиком г) оформление кредитного договора и организация выдачи ссуды заемщику | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Потребительский кредит – это... а) ссуды, предоставляемые населению б) кредиты торговым организациям на потребительские цели в) кредиты на создание предприятий по производству товаров народного потребления г) ссуды, предоставляемые населению Сбербанком | А |

| | |
|--|-----------------------------|
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Залог может быть: а) только в виде материального имущества; б) любым имуществом; в) любым имуществом, которое может быть отчуждено залогодателем. | В |
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Залогодателем может быть: а) любое лицо; б) только собственник залога; в) только лицо, которому предмет залога принадлежит на праве собственности или полного хозяйственного ведения. | В |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Принятие банком решения о выдаче кредита происходит на: а) 1 этапе (кредитная заявка); б) 2 этапе (анализ кредитного риска); в) 3 этапе (оформление кредитного договора). | Б |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Кто выступают субъектами кредитных отношений | Заёмщики и кредиторы |
| 2. Обязательство поручителя нести солидарную ответственность с заемщиком перед кредитором – это ... | Договор поручительства |
| 3. Как называются кредиты сроком от трёх лет | Долгосрочные |
| 4. С какого момента договор ипотеки вступает в силу | Государственной регистрации |
| 5. Быстрая продажа активов по рыночной стоимости – это ... | Ликвидность |
| ПК 2.3. «Осуществлять сопровождение выданных кредитов» | |
| Тестовые задания закрытого типа | |
| 1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Если сумма, вырученная при реализации предмета залога, превышает сумму обязательств, разница: а) возвращается залогодателю; б) идет в доход банку; в) идет залогодержателю. | А |
| 2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Проценты на привлеченные и размещенные денежные средства ежедневно программным путем начисляются банком на а) Остаток задолженности по основному долгу на конец операционного дня б) Остаток задолженности по основному долгу на начало операционного дня в) Среднедневной остаток задолженности по основному долгу | Б |
| 3. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Что из нижеперечисленного является банковской операцией? а) Доверительное управление имуществом. б) Осуществление операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями. в) Оказание консультационных услуг. г) Размещение привлеченных средств от своего имени и за свой счет. | Г |

| | |
|--|-------------------|
| 4. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. В состав активов коммерческого банка включаются: а) Выданные банком кредиты. б) Средства резервного фонда. в) Фонды материального стимулирования. г) Депозиты. | А |
| 5. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Договор ипотеки подлежит обязательной регистрации: а) государственной; б) нотариальной; в) государственной и нотариальной. | А |
| Тестовые задания открытого типа | |
| 1. Как называется форма кредитования, осуществляемая путем списания банком средств по счету клиента сверх остатка на его счете | Овердрафт |
| 2. Какой счёт открывается в банке для выдачи и возврата кредита | Ссудный |
| 3. Как называется специализированная организация, которая хранит у себя кредитную историю и информацию обо всех действиях заёмщика и по желанию заёмщика предоставляет данные о нём потенциальным кредиторам | Кредитное бюро |
| 4. Как называется информация о том, какие займы выдавались заемщику, соблюдал ли он свои кредитные обязательства | Кредитная история |
| 5. К какому виду кредитов по сроку относится овердрафт | Краткосрочному |

Практико-ориентированные задания

Задание 1. ABC(d) – анализ клиентов. Заполнить таблицу:

| Категория | Значимость | % от общего кол-ва | % дохода |
|-----------|------------|--------------------|----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Задание 2. Как Вы сегментируете клиентов? Заполнить таблицу:

| Группа | Типичные клиенты группы | Мои наиболее важные действия в работе с ними |
|--------|-------------------------|--|
| А | | |
| В | | |
| С | | |

Задание 3. Причины недостаточного количества контактов с потенциальными клиентами. Заполнить в виде таблицы:

| Причины | Область принятия мер |
|--|---------------------------------------|
| Отсутствие и неэффективность планов по контактам | Планирование деятельности по продажам |
| | |
| | |
| | |

Задание 4. Инвестор желает открыть обезличенный металлический счет на золото.

- 1) Какие действия он должен предпринять для того, чтобы его операция была эффективной на стартовом отрезке?
- 2) Какие меры следует принять для снижения рисков использования ОМС?
- 3) Какой налог должен будет заплатить инвестор после 3 лет владения ОМС на золото?

Задание 5. Инвестор купил инвестиционные монеты и через год захотел их продать.

- 1) Какие действия должен предпринять инвестор?
- 2) Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- 3) Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Задание 6. Инвестор купил памятные (коллекционные) монеты и через год захотел их продать.

- 1) Какие действия должен предпринять инвестор?
- 2) Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- 3) Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Задание 7. Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

- 1) Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?
- 2) Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Задание 8. Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);

- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

1) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?

2) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Задание 9. Коммерческий банк установил новые (более выгодные) процентные ставки по вкладам населения в рублях и иностранной валюте. Разработайте рекламное информационное письмо для VIP-клиентов банка. Какие приложения вместе с письмом, по вашему мнению, необходимо будет вложить в конверт? Как называется подобный вид рекламы?

Задание 10. Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Есть взгляд на развитие банковской отрасли в ближайшем будущем, согласно которому банкам необходимо «перемещаться» туда, где присутствуют их потенциальные клиенты. Пионерами маркетинга в социальных медиа стали банки США Citibank, Bank of America, ING Direct и USAA. Как пишет журнал "People-on-Line", основным направлением работы зарубежных банков в социальных сетях, остается непосредственное общение с клиентами, в том числе, потенциальными. Во главе угла - совершенствование услуг и информирование уже существующих клиентов о дополнительных возможностях. Блог, как зеркало кредитной истории. Другим направлением использования социальных сетей является оценка кредитных рисков. В социальных сетях клиенты, как на ладони. Рекомендуются после обращения клиента в банк за кредитом изучить его поведение в социальных сетях.

Задания

1) Дайте оценку деятельности банков в социальных сетях.

2) Предложите пути использования блогов для получения полезной информации банками. Сделайте выводы.

Задание 11. В таблице представлены основные банковские продукты для различных категорий корпоративных клиентов. Предложите для каждой категории клиентов по три банковских продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Дайте полное описание банковского продукта. Какие формы продажи банковского продукта вы будете использовать в каждом конкретном случае? Какие дополнительные продукты Вы можете предложить своим клиентам?

| | |
|---------------|--|
| Малый бизнес | Персональное финансовое обслуживание и планирование управления недвижимостью. Специальные «стартовые» ссуды. Покупка потребительских товаров в кредит с погашением в рассрочку. Страхование жизни. Услуги по переводу денег и бухгалтерскому оформлению документации |
| Средние фирмы | Платежные операции, компьютерные услуги, связанные с финансовой деятельностью (клиент-банк). Кредитные карточки для работников фирмы. Лизинговые и факторинговые операции. Среднесрочные и долгосрочные ссуды для пополнения основного капитала, включая займы с участием страховых компаний |
| Крупные фирмы | Операции по выплате заработной платы. Консультации по вопросам бизнеса. Услуги по экспорту и импорту. Регистрация ценных бумаг. Долгосрочное кредитование с участием страховых компаний |

Задание 12. На основании сведений о клиентах – физических лицах, представленных в таблице:

- 1) Предложите потенциальному клиенту три продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Свой выбор обосновать.
- 2) В каждом продукте выделить «сильные» и «слабые» стороны.
- 3) Какие дополнительные вопросы Вы зададите потенциальному клиенту?
- 4) Какие сопутствующие продукты Вы можете предложить клиенту? Обоснуйте свои предложения.

Таблица - Сведения о клиентах

| | | | |
|----------------------------------|---|--|------------------|
| Возраст | 62 года | 22 года | 42 года |
| Пол | Женский | Мужской | Мужской |
| Место работы | Пенсионер | Студент | Ведущий менеджер |
| Дополнительные источники доходов | Сдача в аренду принадлежащего на праве собственности жилья | Подработка в кафе быстрого питания | нет |
| Цель визита в банк | Открытие вклада с целью накопления и сбережения средств. Сумма вклада 80 тыс. рублей. | Потребительский кредит на покупку компьютерной техники | Ипотека |

Задание 13. Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

- 1) Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?
- 2) Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Задание 14. Внимательно прочитайте текст и выполните задание, представленное ниже.

Выделяют стадии использования Интернета в деятельности банков:

- Пассивное существование – наличие web-сайта.
- Интегрированный подход, когда банки предлагают банковские услуги с помощью Интернета в дополнение к традиционным услугам в целях удержания клиентов, заинтересованных в новых технологиях.

- Автономный интернет-банк (виртуальный банк), который существует только в сети, создается кредитными институтами или торговыми компаниями и привлекает клиентов с помощью избирательного ценообразования и специализированной информации.

Задание:

1) На какой стадии использует Интернет Ваш банк? Расскажите об использовании Интернета в деятельности Вашего банка.

2) Выделите преимущества использования интернет-банкинга для клиента и для банка.

Задание 15. Значительную роль в привлечении клиентов в банк на обслуживание играет первый контакт. Во многих случаях — это телефонный звонок.

Во втором столбце таблицы представлены действия сотрудников банка в процессе первого телефонного контакта, а в третьем – цель действия. В строке 1 представлен пример соответствия действий сотрудника его целям.

Задание: заполните соответствующие графы.

Таблица - Действия сотрудника клиентской службы банка при первом телефонном контакте с потенциальным клиентом банка

| № пп | Действие сотрудника | Цель действия |
|------|---|---|
| 1 | Присутствовать на рабочем месте | Не давать клиенту повода усомниться в четкости дальнейшего обслуживания. Не заставлять клиента ждать. Не провоцировать его обращение в другой банк. |
| 2 | | Идентификация клиента при последующих контактах Налаживание неформального контакта |
| 3 | Подробно обсудить заинтересовавшую клиента услугу | |
| 4 | | Привлечение клиента на комплексное обслуживание. Формирование у клиента положительного образа банка, который он может передавать своим знакомым. |
| 5 | Согласовать способ обратной связи | |
| 6 | | Определение места обслуживания |
| 7 | Договориться о личной встрече | |
| 8 | Представить регламент, договор и тарифы | |
| 9 | | Оценка эффективности рекламных мероприятий |

Задание 16. Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);
- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

1) Приведите примеры использования различных форм рекламы Вашим банком.

2) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?

3) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Задание 17. Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Проанализировав отчётность банков, опубликованную Банком России, можно констатировать, что за 2016 г. прибыль банков сократилась на 40,7% до 589,1 млрд. рублей. На благотворительность было потрачено 2,3% прибыли. С 2011 года это самые высокие расходы на благотворительность со стороны банков. Самыми щедрыми были государственные банки (таблица)

Таблица - Расходы крупнейших банков России на благотворительность, млрд. руб.

| Наименование банка | Расходы на благотворительность |
|--------------------|--------------------------------|
| Банк Москвы | 4,5 |
| Сбербанк | 2,4 |
| Газпромбанк | 1,2 |
| ВТБ | 1,1 |

Задание:

1) Оцените ситуацию. Поясните для чего банки делают отчисления из прибыли на благотворительность.

2) Почему в последние годы ведущие банки увеличивают эти расходы, не смотря на снижение прибыли? Какую цель они преследуют?

Задание 18. Внимательно прочитайте кейс и дайте ответы на представленные ниже вопросы.

Действительно, ни один банковский продукт не вызывает у потребителей такой энтузиазм, как iPod или Harley. Нет человека, который бы предвкушал, что его банк скоро запустит новый автокредит. Нужно прекратить продавать банковские продукты. Нужно продавать решения, которые помогают людям достичь определенных результатов. Давайте перестанем говорить об автокредите, давайте будем говорить о решении, которое позволит купить новую машину. И неважно, что входит в это решение – просто автокредит, или автокредит и сберегательный счет, или автокредит, сберегательный счет плюс страховка.

В этой упаковке могут быть самые разные модули, важно, чтобы предлагалось решение для достижения определенной цели. Для этого необходимо выяснить потребности клиента и начать вместе с ним планировать пути достижения целей. Не только тех целей, которые есть у клиента сегодня, но и тех, которые будут у него через полгода, через год, через два.

Вопросы:

1) Согласны ли Вы с вышеприведенными тезисами? Почему? Изложите свой взгляд на ситуацию.

2) Существует ли проблема? Если да, предложите варианты ее решения.

3) На примере трех продуктов банка (информация, представленная на сайте; реклама; паспорт банковского продукта), в котором Вы проходили практику, расскажите каким образом банк вызывает эмоциональный интерес потенциальных клиентов.

**Приложение 4
к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании Педагогического совета колледжа

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

по междисциплинарному курсу

Выполнение работ по профессии «Агент банка»

Кейс-задание

Форма текущего контроля, представляющий собой метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на решении конкретных задач-ситуаций. Студенту предлагается в качестве задачи для анализа и поиска решения проблемная ситуация, позволяющая оценить способность применения теоретических знаний к решению практических задач.

Учебные цели:

- проверка практических навыков работы с информацией, способности аналитического мышления, коммуникативной компетентности;
- проверка владения навыками и приёмов всестороннего анализа ситуаций из сферы профессиональной деятельности;
- проверка знания и применения теоретических знаний для решения практических задач.

Кейс-задание оценивается по следующим критериям:

- теоретический уровень знаний;
- качество ответов на вопросы;
- способность делать выводы;
- творческий подход, оригинальность мышления;
- логичность, связность изложения материала;
- доказательность.

Примерная тематика кейс-задания для темы 1. Банковские продукты и услуги.

Используя методику оценки качества банковского обслуживания SERVQUAL составьте анкету, включающую по 3 вопроса для оценки каждого параметра качества банковской услуги. Под воздействием каких факторов формируется отношение клиента к банковской услуге? Что, на Ваш взгляд, является основным компонентом качества услуги? Какие мероприятия необходимо провести в банке, для повышения качества банковского обслуживания.

Примерная тематика кейс-задания для темы 2. Взаимоотношения банка и клиента.

Внимательно прочитайте текст предложенного кейса и дайте ответы на представленные ниже вопросы.

Опросы руководителей маркетинговых служб различных предприятий в России и за рубежом показывают, что ценообразование рассматривается в качестве ключевого фактора сбыта и конкурентоспособности. В банковской деятельности значение ценообразования особенно велико в связи с тем, что материальной основой любого банковского продукта являются деньги. По этой причине дифференциация банковских продуктов трудновыполнима.

Выделяют два основных способа установления цен на банковские продукты – в виде процента, который устанавливается для депозитно-кредитных продуктов, и в виде комиссии, которая взимается по прочим. Взимание процента происходит от суммы задолженности на периодической основе. Величина комиссии может быть установлена по отношению к единице банковского продукта, которая может быть измерена в рублях, количестве сделок (операций) и прочее. Комиссии обычно взимаются в разовом порядке, но могут быть и периодическими. Отдельные банковские продукты могут предполагать смешанное ценообразование (например, пластиковые карты).

В зависимости от обстоятельств банки используют следующие методы ценообразования, которые могут быть разделены на три основные группы, в зависимости от того, какие факторы в большей степени при установлении цены принимает во внимание банк:

- 1) затратные методы (при ориентации на собственные издержки);
- 2) рыночные методы (при ориентации на конъюнктуру рынка);
- 3) параметрические методы (при первостепенном учете нормативов затрат на технико-экономический параметр продукции).

Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи банковского продукта путем прибавления к издержкам на его генерацию (процентным, предельным, переменным или полным) некой определенной величины, называемой маржей. Наиболее часто расчеты проводятся на основе процентных издержек, что связано со сложностью определения для банка предельных, переменных и полных издержек. В качестве базиса для расчета процентных издержек банком может приниматься либо вся ресурсная база, либо ее часть. Важным моментом при этом является необходимость учета обязательных резервов, депонируемых коммерческими банками в ЦБ РФ.

Рыночные методы состоят в том, что цена устанавливается исходя из цен на аналогичные продукты конкурентов или исходя из субъективной оценки клиентами банка ценности его продуктов, определяемой на основе специальных анкет.

Параметрические методы предполагают установление цен исходя из стоимости базового продукта и дополнительной надбавки за улучшенные характеристики (параметры) конкретного продукта. Примером параметрических методов в банке может служить кредитная линия, по которой в цене кроме процентов учитывается еще плата за неиспользованный лимит. На практике банки используют всю совокупность методов ценообразования. С усилением конкуренции приоритет в ценообразовании смещается с первой группы методов на вторую. Это сдвиг тем более заметен, чем меньше банк и чем меньше его финансовая интеграция с клиентом.

Перечислим проблемы ценообразования в коммерческих банках:

- непрозрачные для потребителя схемы ценообразования на банковские продукты (наряду с процентом взимаются различные скрытые комиссии), например, эффективная ставка по потребительскому кредиту в некоторых банках превышает номинальную на 10 - 20% годовых;
- высокий размер процентной маржи банка (она даже без учета комиссий превышает ставки по вкладам и депозитам),
- высокий разброс процентных ставок и комиссий между банками (по депозитам и вкладам он достигает 3-4%, по кредитам юридическим лицам 10-12 %, по потребительским кредитам свыше 30%).

Задание:

- 1) Дайте определение цены на банковский продукт.
- 2) Из чего состоит структура цены на банковский продукт?
- 3) Перечислите свойства цены банковского продукта.
- 4) В чем заключается ценовая политика банка?
- 5) Дайте определение цепочке ценностей.
- 6) Составьте таблицу в произвольной форме общего и различий двух способов установления цен на банковские продукты.
- 7) Дайте сравнительную характеристику методам ценообразования в банке.
- 8) Определите основные пути решения проблем ценообразования в коммерческом банке.
- 9) Проконсультируйте клиентов по тарифам исследуемого банка: комиссия за переводы денежных средств без открытия счета, ипотека, зарплатный проект. Расскажите как формируются тарифы на данные банковские продукты.

***Примерная тематика кейс-задания для темы 3. Структура и функции
Центрального банка (Банка России)***

Предусматривает выступления участников с подготовленными презентациями банковских депозитных вкладов, сертификатов, векселей, предлагаемых юридическим и физическим лицам в Свердловской области.

Алгоритм построения презентации предусматривает определение целевой аудитории потребителей банковских продуктов и услуг, подробная спецификация продукта, его отличительные особенности, преимущества и недостатки. Задания для подготовки презентации изложены в методических рекомендациях для самостоятельной работы студентов.

Примерная тематика кейс-задания для темы 4. Безопасность банковской деятельности.

Используя данные с официального сайта исследуемого банка составьте список 15 банковских продуктов и опишите, какую полезность они несут для потребителей и банка, данные сведите в таблицу.

Таблица – Полезность банковских продуктов

| Банковский продукт | Полезность для потребителя | Полезность для банка |
|-----------------------------------|--|----------------------------|
| 1. Срочный вклад физического лица | Хранение денег, получение процентного вознаграждения,..... | Пополнение пассивов, |
| 2. | | |
| n. | | |

Примерная тематика кейс-задания для темы 5. Виды каналов продаж банковских продуктов.

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы, представленные ниже.

Пытаясь выстроить доверительные отношения с клиентом, розничные банки пребывают в постоянном поиске оптимального решения. При этом важно учитывать, что часто клиенты ценят не только удобство и простоту сервиса, но и персонифицированный подход, пишет The Financial Brand.

По данным, предоставленным компаниями GfK и Personetics, в США лишь 27% клиентов считают свой банк надежным партнером, для 40% опрошенных использование услуг кредитных организаций является необходимостью. Согласно исследованию, проведенному в апреле 2015 года, всего лишь 31% клиентов говорят о том, что банк хорошо знает их лично и их финансовые потребности. Примерно столько же опрошенных (28%) заявили, что у их банка собственные интересы имеют приоритет перед интересами клиентов.

Все респонденты, принимавшие участие в исследовании (1 тысяча американцев-клиентов разных банков), были поделены на три условные группы. В первую вошли участники, использующие банк по необходимости для осуществления текущих операций. Во вторую — те, кто находит сервис полезным, но персонифицированным. В третью — клиенты, считающие банк надежным помощником и партнером.

Большинство отметили, что относятся к банку как к поставщику необходимых услуг. Треть опрошенных с безразличием отнеслись к своему фининституту из-за полезного, но не учитывающего индивидуальные особенности сервиса. Лишь один из четырех респондентов заявил, что банк помогает ему в решении проблем.

Ситуация кардинально меняется, когда речь идет о персонифицированном сервисе. Исследование показывает, что для клиента ценность заключается не только в удобстве и простоте использования цифрового банкинга. Результаты опроса говорят о более высокой степени удовлетворенности активных пользователей интернет- и мобильного банка, которые дополнительно получают персональный сервис. Так, количество клиентов, готовых рекомендовать свой банк другим, вырастает с 35% до 74%. Доля желающих сменить банк сокращается с 34% до 7%. Количество клиентов, которые испытывают

положительные эмоции от общения с банком, увеличивается с 36% до 66%. При персонификации сервиса доля тех, кто испытывает чувство благодарности к своему фининституту, вырастает с 34% до 63%. А количество клиентов, которые приятно удивлены качеством сервиса, увеличивается с 20% до 39%.

Что примечательно, люди, которые довольны качеством обслуживания своего банка, в целом чувствуют себя более счастливыми. В ходе исследования было отмечено, что хороший банковский сервис положительно влияет на общее эмоциональное состояние клиентов: число тех, кто уверенно смотрит в будущее, вырастает с 35% до 59%, а количество респондентов, чувствующих контроль над ситуацией,— с 52% до 73%.

Лишь 5% клиентов банков планируют поменять финансовое учреждение в течение следующих шести месяцев. Такой низкий показатель говорит о том, что потребитель не видит большой разницы между разными банками и считает, что в новом банке лучше не будет. Именно в силу безразличного отношения абсолютное большинство клиентов не станет переходить в другую кредитную организацию. Поэтому у банков еще есть время на то, чтобы выстроить правильные отношения со своим потребителем.

Российские фининституты в настоящее время в большей степени заняты привлечением новых клиентов. Общемировой опыт показывает, что приоритеты между привлечением и удержанием расставляются в зависимости от рынка и положения банка на нем. По данным аналитиков КРМГ, большинство российских банков детально анализирует факторы, влияющие на удержание клиентов, однако неактивно использует полученные данные для развития взаимоотношений и дополнительных продаж.

По словам генерального директора Personetics Дэвида Сосны (David Sosna), схема взаимодействия банков с клиентами меняется очень быстро из-за молниеносного перехода от очного общения к цифровым каналам. Современные технологии открывают возможности, которые ранее были недоступны, поэтому стоит правильно их использовать и выстраивать доверительные отношения со своим клиентом, помогая ему в управлении своими финансами.

Как отметил старший вице-президент компании GfK Кит Босси (Keith Bossey), у потребителя сегодня есть множество вариантов при выборе финансовой организации. При этом наблюдается снижение лояльности клиентов, поскольку они считают, что банки не способны помочь им в улучшении финансового благополучия. Поэтому сейчас важно направить усилия на то, чтобы сломать этот стереотип и завоевать расположение своего потребителя.

Задания к кейсу:

- 1) Оцените ситуацию.
- 2) Выберите ключевую информацию.
- 3) Сформулируйте запрос.
- 4) Определите возможности.
- 5) Спрогнозируйте пути развития ситуации.

Примерная тематика кейс-задания для темы 6. Продвижение банковских продуктов.

Предусматривает выступления участников практического занятия с подготовленными примерами видов продаж, техники холодных звонков. Участникам занятия предстоит перевоплотиться в роль менеджера операционного зала, менеджера отдела по прямым продажам, инвестиционного, финансового консультанта коммерческого банка.

В результате проведения кейс-задания студенты должны заполнить таблицы:

| Причины неэффективности контактов | Область принятия мер |
|--|----------------------|
| Отсутствие и неэффективность планов по контактам с клиентами | |

| | |
|---|--|
| Контакты осуществляются не с теми клиентами | |
| Персонал не применяет эффективные приемы работы | |
| Неподготовленные контакты | |
| Неконкурентные продукты, цены | |

Сделать ABC(d)-анализ клиентов. Заполнить таблицу:

| Категория | Значимость | % от общего кол-ва | % дохода |
|-----------|------------|--------------------|----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Примерная тематика кейс-задания для темы 7. Формирование клиентской базы.

Значительную роль в привлечении клиентов в банк на обслуживание играет первый контакт. Во многих случаях — это телефонный звонок.

Во втором столбце таблицы представлены действия сотрудников банка в процессе первого телефонного контакта, а в третьем – цель действия. В строке 1 представлен пример соответствия действий сотрудника его целям.

Задание: заполните соответствующие графы.

Таблица - Действия сотрудника клиентской службы банка при первом телефонном контакте с потенциальным клиентом банка

| № пп | Действие сотрудника | Цель действия |
|------|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Присутствовать на рабочем месте | Не давать клиенту повода усомниться в четкости дальнейшего обслуживания. Не заставлять клиента ждать. Не провоцировать его обращение в другой банк. |
| 2 | | Идентификация клиента при последующих контактах Налаживание неформального контакта |
| 3 | Подробно обсудить заинтересовавшую клиента услугу | |
| 4 | | Привлечение клиента на комплексное обслуживание. Формирование у клиента положительного образа банка, который он может передавать своим знакомым. |
| 5 | Согласовать способ обратной связи | |
| 6 | | Определение места обслуживания |
| 7 | Договориться о личной встрече | |
| 8 | Представить регламент, договор и тарифы | |
| 9 | | Оценка эффективности рекламных мероприятий |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании Педагогического совета колледжа

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ**

по междисциплинарному курсу

Выполнение работ по профессии «Агент банка»

Билеты для зачета

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 1

1. Теоретический вопрос

К какому типу финансовых посредников относится коммерческий банк?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Принципы, при соблюдении которых банки выдают кредиты

- а) Возвратности, срочности, платности
- б) Срочности, возвратности, обеспеченности, платности
- в) Срочности, дифференцированности, обеспеченности, платности

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Банковским кредитом называется кредит, ...

- а) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком физическим лицам
- б) предоставленный коммерческим банком коммерческим структурам
- в) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком юридическим лицам
- г) в денежной форме, предоставленный банку юридическими лицами

3. Кому подотчётен Центральный Банк РФ (Банк России)

3. Практическое задание

ABC(d) – анализ клиентов. Заполнить таблицу:

| Категория | Значимость | % от общего кол-ва | % дохода |
|-----------|------------|--------------------|----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 2

1. Теоретический вопрос

Виды деятельности коммерческого банка, трактуемые как сделки.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Что такое ликвидность банка?
 - а) способность банка обеспечить своевременное погашение выданных ссуд;
 - б) способность банка своевременно отвечать по обязательствам.
 - в) гарантированное размещение бумаг эмитента на согласованных условиях.
 - г) способность банка своевременно дать кредиты

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Пассивные операции коммерческого банка – это...
 - а) предоставление ссуд
 - б) кассовые операции
 - в) привлечение депозитов

3. Сколько уровней имеет банковская система РФ

3. Практическое задание

Как Вы сегментируете клиентов? Заполнить таблицу:

| Группа | Типичные клиенты группы | Мои наиболее важные действия в работе с ними |
|--------|-------------------------|--|
| А | | |
| В | | |
| С | | |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 3

1. Теоретический вопрос

Затратные банковские продукты.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Пассивные операции коммерческого банка – это...

- а) предоставление ссуд
- б) кассовые операции
- в) привлечение депозитов

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Объединение нескольких банков для выдачи крупного кредита:

- а) онкольный кредит;
- б) овердрафт;
- в) синдицированный кредит.

3. Что находится на первом уровне банковской системы РФ

3. Практическое задание

Причины недостаточного количества контактов с потенциальными клиентами.

Заполнить в виде таблицы:

| Причины | Область принятия мер |
|--|---------------------------------------|
| Отсутствие и неэффективность планов по контактам | Планирование деятельности по продажам |
| | |
| | |
| | |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 4

1. Теоретический вопрос

Доходные банковские продукты.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Главный источник финансовых ресурсов коммерческих банков в России
 - а) депозиты физических лиц
 - б) депозиты юридических лиц
 - в) поступления от ценных бумаг
 - г) кредиты ЦБ
2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Операции коммерческих банков, которые не относятся к активным:
 - а) выдача кредитов юридическим лицам
 - б) вложение средств в строительство здания банка
 - в) покупка государственных облигаций за счет средств банка
 - г) приобретение сертификатов
3. Как называется стратегия и тактика банка при организации кредитного процесса

3. Практическое задание

Инвестор желает открыть обезличенный металлический счет на золото.

- Какие действия он должен предпринять для того, чтобы его операция была эффективной на стартовом отрезке?
- Какие меры следует принять для снижения рисков использования ОМС?
- Какой налог должен будет заплатить инвестор после 3 лет владения ОМС на золото?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 5

1. Теоретический вопрос

Банковская маржа.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Кассовым операциям не свойственно

- а) прием денег
- б) хранение денег
- в) выдача денег
- г) перевод денег

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Для коммерческих банков не являются основными следующие операции

- а) активные
- б) валютные
- в) пассивные
- г) расчетно-кассовые

3. Как называется цена кредита

3. Практическое задание

Инвестор купил инвестиционные монеты и через год захотел их продать.

- Какие действия должен предпринять инвестор?
- Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 6

1. Теоретический вопрос

Розничные банковские продукты.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Для коммерческих банков не являются основными следующие операции

- а) активные
- б) валютные
- в) пассивные
- г) расчетно-кассовые

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Главный смысл кредитной политики состоит в том, чтобы ...

- а) наладить взаимодействие инвесторов и предпринимателей
- б) обеспечить инвестициями расширенное воспроизводство
- в) обеспечить эффективное функционирование временно свободных денежных средств
- г) продать временно свободные ценности подороже, а купить подешевле

3. Что является наиболее важным источником получения валового дохода коммерческого банка

3. Практическое задание

Инвестор купил памятные (коллекционные) монеты и через год захотел их продать.

- Какие действия должен предпринять инвестор?
- Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 7

1. Теоретический вопрос

VIP- клиенты коммерческого банка, особенности их обслуживания.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Выделить определяющие характеристики стратегии проникновения на рынок:

- предложения нового, ранее непредлагаемой услуги;
- предложение рынка традиционных услуг (кассовых, расчетных, кредитных);
- овладение и предложение банком услуг рынка, которые для данного банка являются новыми, но уже существуют на банковском рынке.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Определить основные черты стратегии диверсификации банка на рынке:

- выход банка с новой услугой на сформированный рынок;
- выход банка на новый рынок и внедрение своего ассортимента услуг на нем.

3. Кем присваивается статус системно-значимой и социально значимой платежной системы

3. Практическое задание

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

1) Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?

2) Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 8

1. Теоретический вопрос

Состоятельные клиенты коммерческого банка.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфическое требование к качеству услуги, которую предоставляет банк:

- а) надежность;
- б) цена;
- в) легкость и оперативность ее получения

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфические требования к качеству услуг банка:

- а) надежность услуги;
- б) цена услуги;
- в) легкость и оперативность ее получения в банке.

3. Как называется слушание, в процессе которого человек расшифровывает смысл сообщений

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);
- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

1) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?

2) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 9

1. Теоретический вопрос

Массовые клиенты коммерческого банка.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфические требования к качеству услуг банка:

- а) надежность услуги;
- б) цена услуги;
- в) легкость и оперативность ее получения в банке.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какие запросы клиентов удовлетворяет услуга банка «предоставления кредиту»:

- а) своевременность предоставления;
- б) новизна;
- в) качество.

3. Как называется уровень общения, при котором осуществляется организация совместной деятельности, поиск средств повышения эффективности сотрудничества

3. Практическое задание

Коммерческий банк установил новые (более выгодные) процентные ставки по вкладам населения в рублях и иностранной валюте. Разработайте рекламное информационное письмо для VIP-клиентов банка. Какие приложения вместе с письмом, по вашему мнению, необходимо будет вложить в конверт? Как называется подобный вид рекламы?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 10

1. Теоретический вопрос

Какие этические ценности являются основой деловых отношений в цивилизованном обществе?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. К средствам невербальной коммуникации относятся:

- а) Все ответы верны
- б) Кинесика
- в) Проксемика
- г) Такетика

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Логико-смысловое манипулирование информацией в деловом общении предлагает:

- а) Вербализированную подачу социально значимых для адресата дискурсов информации
- б) Дозирование информации
- в) Соккрытие важных смысловых дискурсов информации
- г) Утаивание информации

3. Как называется обращение к адресату с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Есть взгляд на развитие банковской отрасли в ближайшем будущем, согласно которому банкам необходимо «перемещаться» туда, где присутствуют их потенциальные клиенты. Пионерами маркетинга в социальных медиа стали банки США Citibank, Bank of America, ING Direct и USAA. Как пишет журнал "People-on-Line", основным направлением работы зарубежных банков в социальных сетях, остается непосредственное общение с клиентами, в том числе, потенциальными. Во главе угла - совершенствование услуг и информирование уже существующих клиентов о дополнительных возможностях. Блог, как зеркало кредитной истории. Другим направлением использования социальных сетей является оценка кредитных рисков. В социальных сетях клиенты, как на ладони. Рекомендуются после обращения клиента в банк за кредитом изучить его поведение в социальных сетях.

Задания

- 1) Дайте оценку деятельности банков в социальных сетях.
- 2) Предложите пути использования блогов для получения полезной информации банками. Сделайте выводы.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 11

1. Теоретический вопрос

Обезличенный металлический счет (ОМС): понятие, сущность, отличие от обычного рублевого счета.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Общение – это:

- а) Все ответы верны
- б) Процесс передачи информации
- в) Процесс установления контактов между людьми
- г) Процесс формирования и развития личности

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Прием направленного критического слушания целесообразно использовать в деловых ситуациях, связанных с:

- а) «Прочтением» стенических эмоций партнеров
- б) Выслушиванием жалоб клиентов
- в) Дискуссионным обсуждением проблем
- г) Обсуждением каких-либо инновационных проектов

3. Каким понятием определяется осознанное внешнее согласие человека с группой при внутреннем расхождении с ее позицией

3. Практическое задание

В таблице представлены основные банковские продукты для различных категорий корпоративных клиентов. Предложите для каждой категории клиентов по три банковских продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Дайте полное описание банковского продукта. Какие формы продажи банковского продукта вы будете использовать в каждом конкретном случае? Какие дополнительные продукты Вы можете предложить своим клиентам?

| | |
|---------------|--|
| Малый бизнес | Персональное финансовое обслуживание и планирование управления недвижимостью. Специальные «стартовые» ссуды. Покупка потребительских товаров в кредит с погашением в рассрочку. Страхование жизни. Услуги по переводу денег и бухгалтерскому оформлению документации |
| Средние фирмы | Платежные операции, компьютерные услуги, связанные с финансовой деятельностью (клиент-банк). Кредитные карточки для работников фирмы. Лизинговые и факторинговые операции. Среднесрочные и долгосрочные ссуды для пополнения основного капитала, включая займы с участием страховых компаний |
| Крупные фирмы | Операции по выплате заработной платы. Консультации по вопросам бизнеса. Услуги по экспорту и импорту. Регистрация ценных бумаг. Долгосрочное кредитование с участием страховых компаний |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 12

1. Теоретический вопрос

Определите, в чем состоит сущность публичного выступления.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Прием направленного критического слушания целесообразно использовать в деловых ситуациях, связанных с:

- а) «Прочтением» стенических эмоций партнеров
- б) Выслушиванием жалоб клиентов
- в) Дискуссионным обсуждением проблем
- г) Обсуждением каких-либо инновационных проектов

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Персональная дистанция в процессе общения:

- а) 120-350см
- б) 15-50см
- в) 50-120см
- г) Свыше 350см

3. Как называется бессознательная, невольная подверженность человека определенным психическим состояниям

3. Практическое задание

На основании сведений о клиентах – физических лицах, представленных в таблице:

- Предложите потенциальному клиенту три продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Свой выбор обосновать.
- В каждом продукте выделить «сильные» и «слабые» стороны.
- Какие дополнительные вопросы Вы зададите потенциальному клиенту?
- Какие сопутствующие продукты Вы можете предложить клиенту? Обоснуйте свои предложения.

Таблица - Сведения о клиентах

| | | | |
|----------------------------------|---|--|------------------|
| Возраст | 62 года | 22 года | 42 года |
| Пол | Женский | Мужской | Мужской |
| Место работы | Пенсионер | Студент | Ведущий менеджер |
| Дополнительные источники доходов | Сдача в аренду принадлежащего на праве собственности жилья | Подработка в кафе быстрого питания | нет |
| Цель визита в банк | Открытие вклада с целью накопления и сбережения средств. Сумма вклада 80 тыс. рублей. | Потребительский кредит на покупку компьютерной техники | Ипотека |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 13

1. Теоретический вопрос

Что можно хранить в сейфовых ячейках коммерческого банка?

2. Тестовое задание

1. Вас просят передать информацию отсутствующему коллеге. Вы ...

- а) напишите записку и положите на его стол
- б) предложите перезвонить
- в) увидев, расскажите ему
- г) попросите того, кто его наверняка увидит, передать содержание разговора

2. В деловом общении обращение к собеседнику происходит на ...

- а) «Вы» независимо от должности и соподчинения
- б) «Вы» только с руководителем и сторонними людьми
- в) «Ты» независимо от должности и соподчинения

3. Как называется многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека

3. Практическое задание

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

1) Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?

2) Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 14

1. Теоретический вопрос

Какова роль обратной связи в деловом общении?

2. Тестовое задание

1. Вы ведете переговоры. Партнер опоздал на встречу на 8 минут. Ваша реакция ...

- а) через шутку выражу свое недоумение
- б) выразительно посмотрю в момент его появления на часы
- в) сделаю вид, что ничего не произошло, сразу перейду к делу
- г) выражу опоздавшему свое недовольство

2. При телефонном звонке следует...

- а) снять трубку после 5 звонка
- б) не снимать трубку в течение 5 минут
- в) снять трубку после второго или третьего звонка

3. Как называется система средств общения, включающая в себя рукопожатие, поцелуй, похлопывание

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и выполните задание, представленное ниже.

Выделяют стадии использования Интернета в деятельности банков:

- Пассивное существование – наличие web-сайта.
- Интегрированный подход, когда банки предлагают банковские услуги с помощью Интернета в дополнение к традиционным услугам в целях удержания клиентов, заинтересованных в новых технологиях.

- Автономный интернет-банк (виртуальный банк), который существует только в сети, создается кредитными институтами или торговыми компаниями и привлекает клиентов с помощью избирательного ценообразования и специализированной информации.

Задание:

1) На какой стадии использует Интернет Ваш банк? Расскажите об использовании Интернета в деятельности Вашего банка.

2) Выделите преимущества использования интернет-банкинга для клиента и для банка.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 15

1. Теоретический вопрос

Особенности ипотечного кредитования.

2. Тестовое задание

1. При телефонном звонке следует...

- а) снять трубку после 5 звонка
- б) не снимать трубку в течение 5 минут
- в) снять трубку после второго или третьего звонка

2. Прием «зацепки»:

- а) Заключается в непосредственном переходе к делу сразу, без вступления
- б) заключается в использовании дружеских слов, личного обращения по имени и отчеству, который позволит установить контакт в начале разговора
- в) выражается в необычном вопросе, сравнении, кратком изложении проблемы

3. Как называется система средств общения, включающая в себя пространственно – временную организацию общения

3. Практическое задание

Значительную роль в привлечении клиентов в банк на обслуживание играет первый контакт. Во многих случаях — это телефонный звонок. Во втором столбце таблицы представлены действия сотрудников банка в процессе первого телефонного контакта, а в третьем – цель действия. В строке 1 представлен пример соответствия действий сотрудника его целям.

Задание: заполните соответствующие графы.

Таблица - Действия сотрудника клиентской службы банка при первом телефонном контакте с потенциальным клиентом банка

| № | Действие сотрудника | Цель действия |
|---|---|---|
| 1 | Присутствовать на рабочем месте | Не давать клиенту повода усомниться в четкости дальнейшего обслуживания. Не заставлять клиента ждать. Не провоцировать его обращение в другой банк. |
| 2 | | Идентификация клиента при последующих контактах Налаживание неформального контакта |
| 3 | Подробно обсудить заинтересовавшую клиента услугу | |
| 4 | | Привлечение клиента на комплексное обслуживание. Формирование у клиента положительного образа банка, который он может передавать своим знакомым. |
| 5 | Согласовать способ обратной связи | |
| 6 | | Определение места обслуживания |
| 7 | Договориться о личной встрече | |
| 8 | Представить регламент, договор и тарифы | |
| 9 | | Оценка эффективности рекламных мероприятий |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 16

1. Теоретический вопрос

Назовите виды общения. Какова специфика каждого из них?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Клиенту можно открыть ...
 - а) только один расчетный счет
 - б) два счета в одном банке
 - в) несколько счетов в разных банках
2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. На расчетных документах, принятых банком к исполнению, должна быть проставлена подпись
 - а) бухгалтерского работника, осуществившего их прием и проверку
 - б) управляющего банком
 - в) кассира
3. Как называется требование выполнять распоряжение инициатора, подкрепленное открытыми или подразумеваемыми угрозами

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);
- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

- 1) Приведите примеры использования различных форм рекламы Вашим банком.
- 2) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?
- 3) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 17

1. Теоретический вопрос

Какие драгоценные металлы используются в ОМС?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Банковский счет является открытым с момента

- а) представления документов
- б) заключения договора банковского счета
- в) внесения записи об открытии счета в Книгу регистрации открытых счетов

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Юридическое лицо может открывать в банке

- а) 1 расчетный счет
- б) 2 расчетных счета
- в) неограниченное количество расчетных счетов

3. Скрытое управление поведением партнера – это ...

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Проанализировав отчетность банков, опубликованную Банком России, можно констатировать, что за 2016 г. прибыль банков сократилась на 40,7% до 589,1 млрд. рублей. На благотворительность было потрачено 2,3% прибыли. С 2011 года это самые высокие расходы на благотворительность со стороны банков. Самыми щедрыми были государственные банки (таблица)

Таблица - Расходы крупнейших банков России на благотворительность, млрд. руб.

| Наименование банка | Расходы на благотворительность |
|--------------------|--------------------------------|
| Банк Москвы | 4,5 |
| Сбербанк | 2,4 |
| Газпромбанк | 1,2 |
| ВТБ | 1,1 |

Задание:

1) Оцените ситуацию. Поясните для чего банки делают отчисления из прибыли на благотворительность.

2) Почему в последние годы ведущие банки увеличивают эти расходы, не смотря на снижение прибыли? Какую цель они преследуют?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 18

1. Теоретический вопрос

Каковы профессиональные цели деловых совещаний?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Юридическое лицо может открывать в банке

- а) 1 расчетный счет
- б) 2 расчетных счета
- в) неограниченное количество расчетных счетов

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Расчетный документ, представляющий собой поручение предприятия обслуживающему его банку перечислить определенную сумму со своего счета

- а) Платежное поручение
- б) Аккредитив
- в) Платежное требование

3. В следствии чего возникают групповые нормы и ценности возникают в результате

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте кейс и дайте ответы на представленные ниже вопросы.

Действительно, ни один банковский продукт не вызывает у потребителей такой энтузиазм, как iPod или Harley. Нет человека, который бы предвкушал, что его банк скоро запустит новый автокредит. Нужно прекратить продавать банковские продукты. Нужно продавать решения, которые помогают людям достичь определенных результатов. Давайте перестанем говорить об автокредите, давайте будем говорить о решении, которое позволит купить новую машину. И неважно, что входит в это решение – просто автокредит, или автокредит и сберегательный счет, или автокредит, сберегательный счет плюс страховка.

В этой упаковке могут быть самые разные модули, важно, чтобы предлагалось решение для достижения определенной цели. Для этого необходимо выяснить потребности клиента и начать вместе с ним планировать пути достижения целей. Не только тех целей, которые есть у клиента сегодня, но и тех, которые будут у него через полгода, через год, через два.

Вопросы:

- 1) Согласны ли Вы с вышеприведенными тезисами? Почему? Изложите свой взгляд на ситуацию.
- 2) Существует ли проблема? Если да, предложите варианты ее решения.
- 3) На примере трех продуктов банка (информация, представленная на сайте; реклама; паспорт банковского продукта), в котором Вы проходили практику, расскажите каким образом банк вызывает эмоциональный интерес потенциальных клиентов.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 19

1. Теоретический вопрос

Особенности обращения памятных и инвестиционных монет.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Держателем предоплаченной карты может быть

- а) физическое лицо
- б) юридическое лицо
- в) индивидуальный предприниматель

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Верно ли следующее утверждение? Банковская карта не может быть использована для снятия наличных денежных средств.

- а) да
- б) нет

3. Как называется неосознанная готовность человека определенным привычным образом воспринимать и оценивать каких-либо людей и реагировать определенным, заранее сформированным образом без полного анализа конкретной ситуации

3. Практическое задание

Инвестор купил памятные (коллекционные) монеты и через год захотел их продать.

- Какие действия должен предпринять инвестор?
- Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 20

1. Теоретический вопрос

Что представляют собой межличностные деловые коммуникации? Раскройте их сущность и структуру.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Верно ли следующее утверждение? Пластиковая карта может быть привязана к одному или нескольким счетам в банке.

- а) Нет
- б) Да

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какая разновидность пластиковых карт не относится к банковским картам?

- а) Кредитная карта
- б) Дебетовая карта с овердрафтом
- в) Дебетовая карта без овердрафта
- г) Дисконтная карта

3. Какая функция общения, которая реализуется в возможности человека познать, утвердить себя, свою ценность в процессе общения

3. Практическое задание

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

а) Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

б) Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

в) Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?

Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 21

1. Теоретический вопрос

Как можно увеличить продажи банковских продуктов?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какая разновидность пластиковых карт не относится к банковским картам?

- а) Кредитная карта
- б) Дебетовая карта с овердрафтом
- в) Дебетовая карта без овердрафта
- г) Дисконтная карта

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Какой способ хранения PIN-код от банковской карты слишком рискованный?

- а) Записать его на бумажке, которая хранится в кошельке, но не в том отделении, где сама карточка.
- б) Выучить наизусть и запомнить.
- в) Держать выданный банком конверт с PIN-кодом дома, вместе с другими важными документами.
- г) Носить с собой памятку, на которой PIN-код записан в зашифрованном виде.

3. Какими образами преимущественно мыслят деловые партнеры с визуальной модальностью

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);
- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

1) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?

2) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 22

1. Теоретический вопрос

Основные подходы к определению понятий «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация».

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Кредитная операция не включает в себя ...

- а) судебное разрешение спорных кредитных вопросов
- б) оформление кредитной заявки и документов, подтверждающих кредитоспособность клиента
- в) предварительное собеседование с потенциальным заемщиком
- г) оформление кредитного договора и организация выдачи ссуды заемщику

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Потребительский кредит – это...

- а) ссуды, предоставляемые населению
- б) кредиты торговым организациям на потребительские цели
- в) кредиты на создание предприятий по производству товаров народного потребления
- г) ссуды, предоставляемые населению Сбербанком

3. С помощью какой речи осуществляется вербальная коммуникация

3. Практическое задание

Коммерческий банк установил новые (более выгодные) процентные ставки по вкладам населения в рублях и иностранной валюте. Разработайте рекламное информационное письмо для VIP-клиентов банка. Какие приложения вместе с письмом, по вашему мнению, необходимо будет вложить в конверт? Как называется подобный вид рекламы?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 23

1. Теоретический вопрос

Формы продвижения банковских продуктов.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Залог может быть:

- а) только в виде материального имущества;
- б) любым имуществом;
- в) любым имуществом, которое может быть отчуждено залогодателем.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Залогодателем может быть:

- а) любое лицо;
- б) только собственник залога;
- в) только лицо, которому предмет залога принадлежит на праве собственности или полного хозяйственного ведения.

3. Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей – это ...

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Есть взгляд на развитие банковской отрасли в ближайшем будущем, согласно которому банкам необходимо «перемещаться» туда, где присутствуют их потенциальные клиенты. Пионерами маркетинга в социальных медиа стали банки США Citibank, Bank of America, ING Direct и USAA. Как пишет журнал "People-on-Line", основным направлением работы зарубежных банков в социальных сетях, остается непосредственное общение с клиентами, в том числе, потенциальными. Во главе угла - совершенствование услуг и информирование уже существующих клиентов о дополнительных возможностях. Блог, как зеркало кредитной истории. Другим направлением использования социальных сетей является оценка кредитных рисков. В социальных сетях клиенты, как на ладони. Рекомендуется после обращения клиента в банк за кредитом изучить его поведение в социальных сетях.

Задания

- Дайте оценку деятельности банков в социальных сетях.
- Предложите пути использования блогов для получения полезной информации банками. Сделайте выводы.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 24

1. Теоретический вопрос

Соотнесите понятия «коммуникация» и «общение». Какое понятие является более широким?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Залогодателем может быть:

- а) любое лицо;
- б) только собственник залога;
- в) только лицо, которому предмет залога принадлежит на праве собственности или полного хозяйственного ведения.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Принятие банком решения о выдаче кредита происходит на:

- а) 1 этапе (кредитная заявка);
- б) 2 этапе (анализ кредитного риска);
- в) 3 этапе (оформление кредитного договора).

3. Расположение к себе собеседника, его притяжение на эмоциональном уровне – это ...

3. Практическое задание

В таблице представлены основные банковские продукты для различных категорий корпоративных клиентов. Предложите для каждой категории клиентов по три банковских продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Дайте полное описание банковского продукта. Какие формы продажи банковского продукта вы будете использовать в каждом конкретном случае? Какие дополнительные продукты Вы можете предложить своим клиентам?

| | |
|---------------|--|
| Малый бизнес | Персональное финансовое обслуживание и планирование управления недвижимостью. Специальные «стартовые» ссуды. Покупка потребительских товаров в кредит с погашением в рассрочку. Страхование жизни. Услуги по переводу денег и бухгалтерскому оформлению документации |
| Средние фирмы | Платежные операции, компьютерные услуги, связанные с финансовой деятельностью (клиент-банк). Кредитные карточки для работников фирмы. Лизинговые и факторинговые операции. Среднесрочные и долгосрочные ссуды для пополнения основного капитала, включая займы с участием страховых компаний |
| Крупные фирмы | Операции по выплате заработной платы. Консультации по вопросам бизнеса. Услуги по экспорту и импорту. Регистрация ценных бумаг. Долгосрочное кредитование с участием страховых компаний |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 25

1. Теоретический вопрос

Отличительные особенности стандартных (типовых) продуктов от индивидуальных.

2. Тестовое задание

| |
|--|
| <p>1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Если сумма, вырученная при реализации предмета залога, превышает сумму обязательств, разница:</p> <p>а) возвращается залогодателю; б) идет в доход банку; в) идет залогодержателю.</p> |
| <p>2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Проценты на привлеченные и размещенные денежные средства ежедневно программным путем начисляются банком на</p> <p>а) Остаток задолженности по основному долгу на конец операционного дня б) Остаток задолженности по основному долгу на начало операционного дня в) Среднедневной остаток задолженности по основному долгу</p> |
| <p>3. Чем нельзя завершать переговоры с клиентом</p> |

3. Практическое задание

На основании сведений о клиентах – физических лицах, представленных в таблице:

- Предложите потенциальному клиенту три продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Свой выбор обосновать.
- В каждом продукте выделить «сильные» и «слабые» стороны.
- Какие дополнительные вопросы Вы зададите потенциальному клиенту?
- Какие сопутствующие продукты Вы можете предложить клиенту? Обоснуйте свои предложения.

Таблица - Сведения о клиентах

| | | | |
|----------------------------------|---|--|------------------|
| Возраст | 62 года | 22 года | 42 года |
| Пол | Женский | Мужской | Мужской |
| Место работы | Пенсионер | Студент | Ведущий менеджер |
| Дополнительные источники доходов | Сдача в аренду принадлежащего на праве собственности жилья | Подработка в кафе быстрого питания | нет |
| Цель визита в банк | Открытие вклада с целью накопления и сбережения средств. Сумма вклада 80 тыс. рублей. | Потребительский кредит на покупку компьютерной техники | Ипотека |

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 26

1. Теоретический вопрос

Сформулируйте характеристики публичной речи

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Что из нижеперечисленного является банковской операцией?

- а) Доверительное управление имуществом.
- б) Осуществление операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями.
- в) Оказание консультационных услуг.
- г) Размещение привлеченных средств от своего имени и за свой счет.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. В состав активов коммерческого банка включаются:

- а) Выданные банком кредиты.
- б) Средства резервного фонда.
- в) Фонды материального стимулирования.
- г) Депозиты.

3. Чем отличается депозитный сертификат от сберегательного

3. Практическое задание

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

а) Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?

б) Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 27

1. Теоретический вопрос

Каковы виды, структура и стадии протекания конфликтов?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. В состав активов коммерческого банка включаются:

- а) Выданные банком кредиты.
- б) Средства резервного фонда.
- в) Фонды материального стимулирования.
- г) Депозиты.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Договор ипотеки подлежит обязательной регистрации:

- а) государственной;
- б) нотариальной;
- в) государственной и нотариальной.

3. Как называется счет, открываемый юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями, для совершения расчетов, связанных с предпринимательской деятельностью

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и выполните задание, представленное ниже.

Выделяют стадии использования Интернета в деятельности банков:

- Пассивное существование – наличие web-сайта.
- Интегрированный подход, когда банки предлагают банковские услуги с помощью Интернета в дополнение к традиционным услугам в целях удержания клиентов, заинтересованных в новых технологиях.
- Автономный интернет-банк (виртуальный банк), который существует только в сети, создается кредитными институтами или торговыми компаниями и привлекает клиентов с помощью избирательного ценообразования и специализированной информации.

Задание:

- а) На какой стадии использует Интернет Ваш банк? Расскажите об использовании Интернета в деятельности Вашего банка.
- б) Выделите преимущества использования интернет-банкинга для клиента и для банка.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 28

1. Теоретический вопрос

Что нужно знать, чтобы контролировать дискуссию?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Банковским кредитом называется кредит, ...
- а) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком физическим лицам
 - б) предоставленный коммерческим банком коммерческим структурам
 - в) в денежной или товарной форме, предоставленный коммерческим банком юридическим лицам
 - г) в денежной форме, предоставленный банку юридическими лицами
2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Что такое ликвидность банка?
- а) способность банка обеспечить своевременное погашение выданных ссуд;
 - б) способность банка своевременно отвечать по обязательствам.
 - в) гарантированное размещение бумаг эмитента на согласованных условиях.
 - г) способность банка своевременно дать кредиты
3. К какой группе очередности списания относится списание по исполнительным документам, предусматривающим перечисление денежных средств со счета для удовлетворения требований о возмещении вреда, причиненного жизни и здоровью

3. Практическое задание

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

С точки зрения банковской специфики особое значение имеет классификация форм рекламы в зависимости от рекламируемых объектов. По этому критерию выделяют:

- рекламу банковского продукта (знакомит клиентов с новыми услугами);
- рекламу банка (привлекает внимание потребителей к определенному банку);
- рекламу цели потребления (вызывает или сформировывает у покупателей новые потребности).

Реклама банковского продукта эффективна в деятельности коммерческих банков, пока конкуренция на банковском рынке не приобретает острый характер.

- а) Приведите примеры использования различных форм рекламы Вашим банком.
- б) Какую цель преследует банк в каждом конкретном случае? Какая форма рекламы, на ваш взгляд, эффективнее, и почему?
- в) Какая реклама заинтересовала бы Вас как потенциального или действительного клиента банка?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 29

1. Теоретический вопрос

Что необходимо предусмотреть организатору совещания?

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Операции коммерческих банков, которые не относятся к активным:

- а) выдача кредитов юридическим лицам
- б) вложение средств в строительство здания банка
- в) покупка государственных облигаций за счет средств банка
- г) приобретение сертификатов

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Кассовым операциям не свойственно

- а) прием денег
- б) хранение денег
- в) выдача денег
- г) перевод денег

3. Как называется счет, открываемый физическим лицам для совершения расчетных операций, не связанных с предпринимательской деятельностью или частной практикой

3. Практическое задание

Инвестор купил инвестиционные монеты и через год захотел их продать.

- Какие действия должен предпринять инвестор?
- Нужно ли подавать декларацию в налоговый орган при продаже инвестиционных монет?
- Какая ставка налогообложения действует по доходам от продажи инвестиционных монет?

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина | Выполнение работ по профессии «Агент банка» |
| Вид промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |
| Составил | Яковлев В.В., преподаватель. |

БИЛЕТ № 30

1. Теоретический вопрос

Охарактеризуйте конфликт как разновидность конфронтации.

2. Тестовое задание

1. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Определить основные черты стратегии диверсификации банка на рынке:

- а) выход банка с новой услугой на сформированный рынок;
- б) выход банка на новый рынок и внедрение своего ассортимента услуг на нем.

2. Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Назовите специфическое требование к качеству услуги, которую предоставляет банк:

- а) надежность;
- б) цена;
- в) легкость и оперативность ее получения

3. Как называется форма безналичных расчетов, обеспечивающая гарантию платежа

3. Практическое задание

Инвестор желает открыть обезличенный металлический счет на золото.

- Какие действия он должен предпринять для того, чтобы его операция была эффективной на стартовом отрезке?
- Какие меры следует принять для снижения рисков использования ОМС?
- Какой налог должен будет заплатить инвестор после 3 лет владения ОМС на золото?

СОПОСТАВЛЕНИЕ ЕДИНИЦ ФГОС СПО И ПС

| Наименование ФГОС СПО 38.02.07. Банковское дело | Наименование Профессионального стандарта: ПС № 454 «Специалист по потребительскому кредитованию» | Выводы |
|---|---|---|
| <p>Наименование учебной дисциплины Выполнение работ по профессии «Агент банка»</p> | <p>Трудовая функция А/03.5 Заключение договора потребительского кредита</p> | |
| <p>Умения Организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг</p> | <p>Умения или трудовые действия Разъяснять положения договора потребительского кредита в доступной форме</p> | <p><i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими умениями, предусмотренными ФГОС и рабочей программой</i></p> |
| <p>Знания Психологические типы клиентов. Приёмы коммуникации.</p> | <p>Знания Правила делового общения с клиентами</p> | <p><i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими знаниями, предусмотренными ФГОС и рабочей программой</i></p> |

| Наименование ФГОС СПО 38.02.07. Банковское дело | Наименование Профессионального стандарта: ПС № 442 «Специалист по ипотечному кредитованию» | Выводы |
|---|---|---|
| <p>Наименование учебной дисциплины Выполнение работ по профессии «Агент банка»</p> | <p>Трудовая функция А/01.6 Предварительное сопровождение деятельности по ипотечному кредитованию</p> | |
| <p>Умения Выявлять потребности клиентов</p> | <p>Умения или трудовые действия Оказывать клиенту помощь в подборе оптимального варианта ипотечного кредита в соответствии с выявленными потребностями</p> | <p><i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими умениями, предусмотренными</i></p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | <i>ФГОС и рабочей программой</i> |
| Знания Психологические типы клиентов. Приёмы коммуникации. | Знания Правила делового общения с клиентами | <i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими знаниями, предусмотренными ФГОС и рабочей программой</i> |

| Наименование ФГОС СПО 38.02.07. Банковское дело | Наименование Профессионального стандарта: ПС № 858 «Специалист по платёжным услугам» | Выводы |
|---|--|--|
| Наименование учебной дисциплины Выполнение работ по профессии «Агент банка» | Трудовая функция В/01.6 Организация процесса развития платёжных услуг | |
| Умения Осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг | Умения или трудовые действия Сравнивать показатели эффективности платёжных услуг | <i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими умениями, предусмотренными ФГОС и рабочей программой</i> |
| Знания Параметры и критерии качества банковских услуг | Знания Методы и приемы анализа эффективности платёжных услуг | <i>Необходимо конкретизировать, расширить и (или) углубить с учетом требований профессиональных стандартов следующими знаниями, предусмотренными ФГОС и рабочей программой</i> |