

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В. Ф. УТКИНА»  
Рязанский станкостроительный колледж РГРТУ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
профессионального модуля

ПМ.03 ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ 20002 АГЕНТ БАНКА

Специальность	38.02.07 Банковское дело
Квалификация выпускника	Специалист банковского дела
Форма обучения	очная

Рязань 2024

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению на заседании цикловой комиссии  
Бухгалтерских дисциплин

Протокол №7 от 04.03.2024 г.  
Председатель комиссии Осипова В.В.

Разработчик: Пименова Н. Н., преподаватель РССК «РГРТУ»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>18</b>
<b>4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>20</b>

# **1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ 20002 АГЕНТ БАНКА»**

## **1.1 Область применения рабочей программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.07 Банковское дело

## **1.2 Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Освоение профессии 20002 Агент банка» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### **1.2.1 Перечень общих компетенций**

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.2.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 3.1.	Осуществлять продажу банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий
ПК 3.2	Осуществлять информационное сопровождение клиентов
ПК 3.3	Осуществлять мониторинг эффективности продаж банковских продуктов и услуг
ПК 3.4	Осуществлять поиск потенциальных клиентов
ПК 3.5	Устанавливать деловые контакты с клиентами
ПК 3.6	Выявлять и формировать спрос со стороны клиентов на банковские продукты и услуги

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– консультирования и продвижения банковских продуктов и услуг</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг;</li> <li>– выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк;</li> <li>– выявлять потребности клиентов;</li> <li>– определять преимущества банковских продуктов для клиентов;</li> <li>– ориентироваться в продуктовой линейке банка;</li> <li>– консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка;</li> <li>– консультировать клиентов по тарифам банка;</li> <li>– выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка;</li> <li>– формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;</li> <li>– использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</li> <li>– переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка;</li> <li>– формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>– осуществлять обмен опытом с коллегами;</li> <li>– организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>– использовать различные формы продвижения банковских продуктов;</li> <li>– осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.</li> </ul>

<p>знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта;</li> <li>– классификацию банковских операций;</li> <li>– особенности банковских услуг и их классификацию;</li> <li>– параметры и критерии качества банковских услуг;</li> <li>– понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;</li> <li>– структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;</li> <li>– определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;</li> <li>– понятие продуктовой линейки банка и ее структуру;</li> <li>– продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;</li> <li>– основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;</li> <li>– организационно-управленческую структуру банка;</li> <li>– составляющие успешного банковского бренда;</li> <li>– роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;</li> <li>– понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;</li> <li>– особенности продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>– основные формы продаж банковских продуктов;</li> <li>– политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>– условия успешной продажи банковского продукта;</li> <li>– этапы продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>– организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;</li> <li>– отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>– способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;</li> <li>– способы продвижения банковских продуктов;</li> <li>– правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>– принципы взаимоотношений банка с клиентами;</li> <li>– психологические типы клиентов;</li> <li>– приёмы коммуникации;</li> <li>– способы выявления потребностей клиентов;</li> <li>– каналы для выявления потенциальных клиентов.</li> </ul>
--------------	---

### **1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

**Всего часов: 338 часов,**

в том числе в форме практической подготовки: 228 часов.

Из них на освоение

**МДК: 176 часов,**

в том числе самостоятельная работа – 9 часов,

**практики, в том числе**

**учебная - 72 часа,**

**производственная - 72 часа.**

**Промежуточная аттестация (ПМ) –18 часов.**

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1 Структура профессионального модуля

Коды профес- сиональных, общих компетенций	Наименования разделов про- фессионального модуля, МДК	Суммарный объем нагрузки, час.	Занятия во взаимодействии с преподавателем, час.						Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	В форме практической подготовки
			Обучение по МДК, в час.								
			Всего, часов	Лекции,уроки	Практических занятий	Лабораторных занятий	Курсовых работ (проектов)	Консультации			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1 МДК.03.01 Организация и осуществление продажи банковских продуктов и услуг	176	163	86	68	-	-	9	9	4	80
ПК 3.1-3.6 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Учебная практика	72	72	-	72	-	-	-	-	-	72
ПК 3.1-3.6 ОК 01- ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72	-	72	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по профессиональному модулю	22	-	-	-	-	-	-	-	18	4
	Всего:	338	307	86	212	-	-	9	9	22	228



## 2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	В форме практической подготовки	Коды компетенций
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1 Организация и осуществление продажи банковских продуктов и услуг</b>		<b>178</b>		
<b>МДК 03.01 Организация и осуществление продажи банковских продуктов и услуг</b>		<b>178</b>		
<b>Тема 1.1. Введение в банковский маркетинг</b>	<b>Содержание</b>			
	Введение. Цели и задачи изучения междисциплинарного курса, его значение в профессиональной подготовке специалиста банковского дела. Роль маркетинга при осуществлении банковской деятельности. Этапы развития банковского маркетинга в России и за рубежом.	2		ПК 3.6 ПК 3.1 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
<b>Тема 1.2. Сущность и содержание банковского маркетинга</b>	<b>Содержание</b>			
	Понятие и особенности банковского маркетинга. Объекты маркетинга. Цели и задачи банковского маркетинга. Принципы банковского маркетинга. Тактика банковского маркетинга. Активный и пассивный маркетинг. Основные направления маркетинговой деятельности. Функции маркетинга в коммерческом банке. Современные тенденции развития банковского маркетинга	4		ПК 3.6 ПК 3.1 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b> 1 Отработка основных понятий банковского маркетинга	2	2	

<b>Тема 1.3. Банковская триада</b>	<b>Содержание</b>	4		ПК 3.6 ПК 3.1 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Понятия «банковская операция», «банковский продукт» и «банковская услуга» и их взаимосвязь. Классификация банковских операций. Активные операции. Пассивные операции. Посреднические операции банка. Классификация банковских услуг по критериям: категория клиентов, степень индивидуализации подхода к клиенту, срок предоставления, степень сложности, степень доходности, степень риска, новизна. Особенности банковских услуг. Параметры и критерии качества банковских услуг Типы банковских триад.			
<b>Тема 1.4 . Маркетинговая служба банка и система маркетингового контроля</b>	<b>Содержание</b>	2		ПК 3.6 ПК 3.1 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
	Организационно-управленческая структура банка Организация службы маркетинга по функциям, отдельным приоритетным продуктам, рынкам, клиентским сегментам. Структура маркетинговой службы коммерческого банка без филиальной сети и крупного банка с филиальной сетью в регионах. Порядок взаимодействия службы маркетинга с руководством банка и подразделениями. Положение об управлении маркетинга банка, имеющего филиальную сеть.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>			
	1 Разработка структуры и положения о службе маркетинга банка	2	2	
	<b>Содержание</b>	2		ПК 3.6

<b>Тема 1.5. Процесс управления маркетингом. Управление маркетингом в банке.</b>	Управление маркетингом банке. Формирование бюджета маркетинга. Контроль и планирование маркетинговой деятельности. Маркетинговая часть бизнес-плана организации. Элементы комплекса маркетинга.			ПК 3.1 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
<b>Тема 1.6 . Информационное обеспечение маркетинговой деятельности банка</b>	<b>Содержание</b>	2		ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.6 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
	Структура информационного обеспечения. Понятие «маркетинговая информационная система» (МИС) банка и ее составные части. Источники и каналы поступления в МИС банка. Методы сбора и анализа маркетинговой информации для формирования МИС банка.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b> 1 Поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг	2	2	
<b>Тема 1.7. Маркетинговые исследования на рынке банковских продуктов и услуг</b>	<b>Содержание</b>	4		ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.6 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
	Маркетинговые исследования как главный элемент структуры информационного обеспечения. Методика маркетинговых исследований. Исследования конкурентов и потребителей услуг			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b> 1 Разработка анкеты и проведение опроса клиентов банка 2 Проведение маркетинговых исследований	6	6	
<b>Тема 1.8.Окружающая среда банка</b>	<b>Содержание</b>	4		ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.6 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду маркетинга. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду банка. Макросреда фирмы: понятие, субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду банка.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	2	2	

	1 Анализ окружающей среды банка			
Тема 1.9. Конкурентная среда банка	<b>Содержание</b>	4		ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.6 ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9
	Основные понятие: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность банка и услуги, конкурентные преимущества. Виды конкуренции в банковском маркетинге. Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг; Анализ общей конкурентной ситуации банка. SWOT – анализ. Виды банковских рейтингов.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	4	4	
	1 Анализ конкурентоспособности банка и его конкурентных преимуществ 2 Анализ конкурентных преимуществ банковского продукта и услуг			
Тема 1.10. Стратегическое и маркетинговое планирование	<b>Содержание</b>	2		ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.6 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Процесс стратегического планирования. Система маркетингового планирования. Разработка и оценка общего маркетингового плана коммерческого банка. Порядок составления планов продаж филиалов.			
Тема 1.11 Продажа банковских продуктов и услуг	<b>Содержание</b>	10		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Содержание понятия «стратегия продаж». Виды стратегий продаж, их характеристики. Основные этапы формирования и реализации стратегии продаж. Стратегии банка по привлечению клиентов. Каналы привлечения клиентов, особенности их применения. Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж банковских продуктов. Политика банка в области продаж банковских продуктов и услуг. Условия успешной			

	<p>продажи банковского продукта. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.</p> <p>Организация послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов.</p> <p>Отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг.</p> <p>Использование информационных технологий в системе продаж банковских продуктов. Дистанционное банковское обслуживание. Устройства банковского самообслуживания.</p>			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	6	6	
	<p>1 Описание различных видов банковских продуктов по схеме ОПЦ</p> <p>2 Составление и защита диалогов «Консультирование клиентов по тарифам банка»</p> <p>3 Продажа банковских продуктов с применением различных методов продаж.</p>			
<b>Тема 1.12. Психологические аспекты процесса продаж банковских продуктов и услуг</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>Коммуникативная природа процесса продаж. Особенности коммуникативного процесса в банках. Структура коммуникативного процесса. Вербальные и невербальные средства коммуникаций. Роль эффективных коммуникаций в продаже банковских продуктов и услуг.</p> <p>Типология клиентов и способы их визуальной оценки. Характерные отличия клиентов разных типов и рекомендации по общению с ними.</p> <p>Потребности клиентов. Способы выявления потребностей клиентов.</p> <p>Поведение клиентов и методы его изучения. Моделирование поведения клиентов.</p>	6		<p>ПК 3.1</p> <p>ПК 3.2</p> <p>ПК 3.5</p> <p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09</p>

	Профессиональные и личностные качества агента (консультанта) банка.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	4	4	
	<b>Практические занятия</b> 1 Определение типа клиента 2 Составление и защита диалога «Выявление потребностей клиентов. Выбор банковского продукта для физического лица»			
<b>Тема 1.13. Приемы и методы взаимодействия с клиентом на различных этапах продаж банковских продуктов и услуг</b>	<b>Содержание</b>	6		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Техника установления контакта с клиентом. Приемы эффективного взаимодействия с незнакомым человеком. Выявление потребности в банковских услугах на основе интереса клиента. Технология работы с «холодным клиентом». Технология проведения презентации банковских продуктов и услуг. Оценка возражений. Методы рассмотрения возражений. Приемы и методы завершения продаж. Работа с отказами клиентов. Конфликтные ситуации, возникающие при продажах и приемы их урегулирования. Послепродажные проблемы. Контроль за предоставлением услуги как один из способов предотвращения послепродажных проблем. Стратегии послепродажного обслуживания. Приемы и методы построения эффективной системы обратной связи.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	16	16	
	1 Техника работы с возражением 2 Просмотр учебных видеоматериалов с образцами эффективного и неэффективного поведения менеджеров по продажам с последующим анализом.			

	<p>3 Анализ используемых банками скриптов (речевых модулей) при продажах банковских продуктов и услуг.</p> <p>4 Составление поведенческих стандартов обслуживания клиентов на различных этапах продажи конкретного банковского продукта.</p> <p>5 Презентация банковского продукта</p>			
<b>Тема 1.14. Качество обслуживания в банке</b>	<b>Содержание</b>	2		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Понятие «качество обслуживания». Составляющие качественного обслуживания клиентов банка. Стандарты качества обслуживания клиентов: правило «3П». Оценка качества обслуживания в банке. Организация взаимодействия подразделений банка для повышения качества обслуживания клиентов.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	4	4	
	<p>1 Анализ практических примеров качества обслуживания в банке</p> <p>2 Кейс «Удовлетворенность клиентов банковским обслуживанием снизилась, число претензий растет»</p>			
<b>Тема 1.15. Управление продажами в банках</b>	Управление продажами. Цели, задачи и функции агента (консультанта) банка. Организация рабочего дня консультанта. Рабочее место консультанта. Требования к агенту банка, консультанту по банковским продуктам. Плановое задание консультанта на рабочую смену. Отчет консультанта по окончании рабочего дня.	4		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	2	2	
	<p>1 Плановое задание консультанта на рабочую смену. Отчет консультанта по окончании рабочего дня. Причины, влияющие на невыполнение планового задания</p>			
	<b>Содержание</b>			

<b>Тема 1.16 .Сегментирование рынка банковских услуг</b>	Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Особенности сегментирования рынка банковских продуктов (услуг). Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование продуктов (услуг) банка и его положения на рынке: понятие, назначение, условия правильного позиционирования продуктов (услуг) банка на рынке. Способы позиционирования продуктов (услуг) банка на рынке.	4		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	4	4	
	1 Сегментирование клиентской базы банка 2 Позиционирование банковских продуктов (услуг) на рынке			
<b>Тема 1.17. Комплекс маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	6		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Комплекс маркетинга, его составляющие. Продуктовая линейка банка: понятие, структура. Классификация банковских продуктов (услуг). Показатели, характеризующие продуктовую линейку банка. Концепция жизненного цикла банковского продукта. Этапы жизненного цикла банковских продуктов. Принцип рационального обновления ассортимента банковских продуктов (услуг). Разработка новых видов банковских услуг. Внедрение нового продукта (услуги) банка.			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	6	6	
	1 Разработка нового банковского продукта			
	2 Разработка новых видов банковских услуг			
	3 Презентация новых банковских продуктов (услуг)			
	<b>Содержание</b>	4		ПК 3.1



<b>Тема 1.18. Ценовая политика в банке</b>	Определение ценовой политики банка, ее объекты и типы. Структура цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке.			ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	2	2	
	1 Формирование цены на банковские продукты			
<b>Тема 1.19. Сбытовая функция маркетинга</b>	<b>Содержание</b>			ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Политика распространения банковских продуктов (услуг). Сущность и цели политики распространения в комплексе банковского маркетинга. Основные стратегии и методы распространения банковских продуктов (услуг). Планирования сбытовой деятельности банка. Характеристика системы управления взаимоотношений банка со своими клиентами.	4		
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	2	2	
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b> 1 Определение методов распространения банковских продуктов			
<b>Тема 1.20. Коммуникационная политика банка</b>	<b>Содержание</b>	10		ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Основы теории коммуникации. Определение и сущность маркетинговых коммуникаций. Маркетинговый коммуникационный комплекс банка: состав и общая характеристика основных элементов. Сравнительная характеристика инструментов маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная политика банка. Реклама банка, ее виды. Каналы распространения рекламной информации банка.			

	<p>Рекламные кампании банка: сущность, виды, этапы. Типы прямых маркетинговых коммуникаций и их роль в банковской деятельности.</p> <p>PR-деятельность банка: понятие, содержание, методы осуществления, планирование PR-программ банка.</p> <p>Сущность, цели, средства и методы стимулирования сбыта продуктов (услуг) банка.</p> <p>Составляющие успешного банковского бренда. Роль бренда банка в продвижении банковских продуктов.</p>			
	<b>Практическая подготовка: практические занятия</b>	4	4	
	<p>1 Разработка системы стимулирования сбыта банковских продуктов (услуг)</p> <p>2 Разработка рекламной компании. Оценка эффективности проведения</p>			
	<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Проработка конспекта лекций и учебной литературы;</li> <li>– Выполнение проблемных ситуаций;</li> <li>– Составление схем, таблиц;</li> <li>– Подготовка к практическим занятиям, контрольным работам, к дифференцированному зачету <ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка презентаций;</li> <li>– выполнение поисково-аналитических заданий;</li> <li>– выполнение рефератов, докладов по темам:</li> </ul> </li> </ul> <p>1 Практика российских банков в сфере организации продажи банковских продуктов и услуг</p> <p>2 Имидж банка и потребительские свойства банковского продукта.</p>	9	4	

	<p>3 Практика применения российскими и зарубежными банками различных каналов продвижения банковских продуктов и услуг</p> <p>4 Факторы, влияющие на выбор банком стратегии продаж</p> <p>5 Цели и методы сегментирования клиентской базы,</p> <p>6 Роль банковской рекламы, PR, личной продажи и стимулирования сбыта в продажах банковских продуктов и услуг.</p> <p>7 Развитие электронных каналов доставки банковских продуктов</p> <p>8 Современные методы продажи банковских продуктов и услуг</p> <p>9 Активные методы продажи банковских продуктов</p> <p>10 Особенности продажи банковских продуктов корпоративным и розничным клиентам</p> <p>11 Процесс принятия решения о покупке банковских продуктов и услуг корпоративным клиентам</p> <p>12 Принципы и технологии формирования личного имиджа менеджера по продажам</p> <p>13 Психологические аспекты переговорного процесса</p> <p>14 Особенности телефонных продаж</p> <p>15 Послепродажное обслуживание клиентов.</p> <p>16 Система менеджмента качества в банках</p> <p>17 Современные информационные системы обеспечения работы с клиентами</p>			
<b>Консультации</b>		<b>8</b>	4	
<b>Промежуточная аттестация по МДК</b>		<b>4</b>	2	
<b>Учебная практика Виды работ:</b>		<b>72</b>	72	ПК 3.1-3.6

1 Прохождение инструктажа по технике безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, нормативной документацией и сайтом банка.			ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09
2 Ознакомление с учреждением (банком)			
3 Ознакомление с организацией работы агента банка			
4 Изучение видов услуг, оказываемых банковскими агентами			
5 Изучение условий реализации (предоставления) банковских продуктов и услуг			
6 Оформление договора банковского обслуживания физических лиц			
<b>Производственная практика Виды работ:</b>			ПК 3.1-3.6 ОК 01- ОК 09
1 Осуществление поиска потенциальных клиентов			
2 Установление деловых контактов с клиентами			
3 Выявление и формирование спроса со стороны клиентов на банковские продукты и услуги	<b>72</b>	72	
4 Продажа банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий			
5 Осуществление информационного сопровождения клиентов			
6 Оценка эффективности продажи банковских продуктов (услуг)			
<b>Экзамен по профессиональному модулю</b>	<b>16</b>	4	
<b>Всего</b>	<b>338</b>	228	

### **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1 Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебного кабинета «Междисциплинарных курсов», оснащенный оборудованием:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических и учебно-наглядных пособий, основной учебник или пособие, учебный материал.

Технические средства обучения:

- Видеопроектор;
- Экран;
- Персональный компьютер.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику. Учебная и производственная практика реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся: банковских учреждениях.

Оборудование организаций и технологическое оснащение рабочих мест производственной и учебной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренных программой, с использованием современных технологий и оборудования.

#### **3.2 Информационное обеспечение реализации программы**

Библиотечный фонд образовательной организации должен быть укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета одно печатное издание и (или) электронное издание по каждой дисциплине (модулю) на одного обучающегося.

В качестве основной литературы образовательная организация использует учебники, учебные пособия, предусмотренные ПООП.

##### **Основные источники:**

1. Выполнение работ по рабочей профессии «Агент банка» : учебник для СПО / С. А. Белова, Т. Е. Давыдова, Н. П. Иванова [и др.]. — Саратов : Профобразование, 2023. — 196 с. — ISBN 978-5-4488-1588-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127544.html>

1. Дмитриева, И. Е. Финансы, денежное обращение и кредит : учебное пособие для СПО / И. Е. Дмитриева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-4488-0850-0, 978-5-4497-0595-2. — Текст : электронный

// Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95600>

2. Банковское право: учебно-методическое пособие для СПО / составители С. А. Кадыханова, И. М. Каленбет — Саратов: Профобразование, 2021. — 310 с. — ISBN 978-5-4488-1130-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/105140>.

3. Банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Боровкова [и др.]; под редакцией В. А. Боровковой. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10510-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452205>.

5. Банковское дело в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Боровкова [и др.]; под редакцией В. А. Боровковой. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 189 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09688-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452375>.

6. Банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева; под редакцией Н. Н. Мартыненко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09422-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452205>.

7. Банковское дело в 2 ч. Часть 2: учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 368 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452206>.

### **Дополнительные источники**

1 Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. 24.07.2023 г.) с изменениями, <http://www.consultant.ru>.

2 Федеральный закон от 02 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (04.08.2023 г.), <http://www.consultant.ru>.

3 Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» (ред. 24.07.2023 г.), <http://www.consultant.ru>.

### **Электронные издания**

1 Электронный ресурс Банка России - Режим доступа <http://www.cbr.ru>.

2 Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа <http://www.consultant.ru>.

3 Справочно-правовая система «ГАРАНТ» - Режим доступа <http://www.aero.garant.ru>.

4 Электронно-библиотечная система «Znanium» режим доступа: <http://www.znanium.com/>.

5 Электронная библиотека издательства «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>.

6 Информационный банковский портал «Банки ру» - Режим доступа: <http://www.banki.ru>.

7 Сайт «Кредиты», ознакомление с условиями кредитов коммерческих банков:  
<https://credits.ru/>.

8 Ассоциации российских банков [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.arb.ru>.

#### 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач при осуществлении консультирования потенциальных клиентов банка по банковским продуктам. Точность, правильность и полнота выполнения профессиональных задач	- Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК02.Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Соответствие найденной информации заданной теме (задаче). - владение разными способами представления информации - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Устные выступления с презентацией Реферирование профессионального текста Защита траектории профессионального роста Представление наиболее эффективных практик организации учебной деятельности обучающихся начальных классов Дифференцированный зачет

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<ul style="list-style-type: none"> <li>- глубина интереса к самообразованию, повышению квалификации в контексте профессионального развития;</li> <li>- полнота и адекватность самоанализа и самооценки</li> <li>- обоснованность целей собственного профессионального и личностного развития;</li> <li>- полнота информации, отобранной для профессионального и личностного развития;</li> <li>- целесообразность выбранных форм и методов саморазвития и самообразования, повышения квалификации</li> </ul>	Защита траектории профессионального роста Экспертная оценка выбранного способа профессионального развития Дифференцированный зачет
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>Демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.</p> <p>Объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- успешность применения коммуникационных способностей на практике;</li> <li>- соблюдение принципов профессиональной этики;</li> <li>- владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе</li> </ul>	Деловая игра Наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических парных (групповых) заданий; Самоанализ и самооценка деятельности в паре, группе, команде Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Дифференцированный зачет
ОК05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ Реферат. Дифференцированный зачет



учетом особенностей социального и культурного контекста;	учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осознанность и глубина проявления гражданско-патриотических чувств и позиции в ходе профессиональной деятельности;</li> <li>- полнота и осознанность социальной значимости педагогической профессии;</li> <li>- сформированность и осознанность системы материально-духовных ценностей;</li> <li>- точность соблюдения норм поведения, принятых в обществе.</li> </ul>	<p>Отражение ценностного содержания в разработанных конспектах уроков.</p> <p>Анализ воспитательного потенциала урока</p> <p>Экспертное наблюдение за профессиональным поведением обучающегося в ходе занятий, учебной и производственной практики</p> <p>Дифференцированный зачет</p>
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности;</li> <li>- определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности;</li> <li>- соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</li> <li>- определение путей обеспечения ресурсосбережения;</li> </ul>	<p>Кейс-метод.</p> <p>Реферат.</p> <p>Презентация.</p> <p>Дифференцированный зачет</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</li> </ul>	
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<ul style="list-style-type: none"> <li>- точность и аргументированность подбора средств физкультурно-оздоровительной деятельности;</li> <li>- полнота реализации физкультурно-оздоровительной деятельности для укрепления здоровья и физической подготовленности;</li> <li>- рациональность отбора и применения приемов двигательных функций в профессиональной деятельности;</li> <li>- полнота и глубина владения средствами профилактики перенапряжения, характерными для профессии. «Агент банка»</li> </ul>	<p>Экспертная оценка</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора средств физкультурно-оздоровительной деятельности;</li> <li>- реализации физкультурно-оздоровительной деятельности для укрепления здоровья и физической подготовленности;</li> <li>- отбора и применения приемов двигательных функций в профессиональной деятельности;</li> <li>- владения средствами профилактики перенапряжения, характерными для профессии «Агент банка».</li> </ul> <p>Дифференцированный зачет</p>
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<p>эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Реферат.</p> <p>Кейс-метод.</p> <p>Дифференцированный зачет</p>

<p>ПК 3.1. Осуществлять продажу банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– информирование потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах;</li> <li>– уметь компетентно отвечать на вопросы клиентов о банковских продуктах и услугах;</li> <li>– применение методов стимулирования клиентов повторно обращаться в банк;</li> <li>– применение методов мотивирования лояльности клиентов банка;</li> <li>– уметь рекламировать банковские продукты и услуги;</li> <li>– предоставлять преимущества и конкурентоспособность банковской услуги;</li> <li>– консультировать клиентов по заполнению документов на приобретение конкретного банковского продукта;</li> <li>– способствовать разрешению проблем клиента (находить варианты, схемы обслуживания, выгодные для клиента в банке);</li> <li>– применение новых технологий продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>– открытие банковских счетов с доступом к ним через агентов;</li> <li>– идентифицировать клиентов;</li> <li>– оказание всех видов платежных услуг;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.</li> </ul>
--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оказание услуг в системе «Мобильный банк».</li> </ul>	
ПК 3.2. Осуществлять информационное сопровождение клиентов;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и предоставлять информацию в банк;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.</li> </ul>
ПК3.3. Осуществлять мониторинг эффективности продаж банковских продуктов и услуг;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь оценивать и отбирать идеи и банковские продукты для вывода на рынок;</li> <li>– оценивать сценарии развития банковских продуктов на рынке;</li> <li>– использовать контрольные индикаторы для мониторинга развития банковского продукта на рынке;</li> <li>– оценивать степень удовлетворенности клиента.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.</li> </ul>
ПК3.4. Осуществлять поиск потенциальных клиентов;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– собирать и использовать информацию с целью поиска потенциальных клиентов;</li> <li>– использовать различные каналы для выявления потенциальных клиентов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.</li> </ul>
ПК3.5. Устанавливать деловые контакты с клиентами;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь мотивировать потенциальных клиентов к сотрудничеству;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать технические средства коммуникации;</li> <li>– организовывать деловые встречи с клиентом;</li> <li>– владение техникой проведения переговоров с клиентами;</li> <li>– организация презентаций банковских продуктов и услуг;</li> <li>– разрешение конфликтных ситуаций в переговорах</li> </ul>	электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.
ПК 3.6. Выявлять и формировать спрос со стороны клиентов на банковские продукты и услуги.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь выявлять потребности клиентов;</li> <li>– рекламировать продукты и услуги банка</li> <li>– информировать клиента о новых банковских продуктах и услугах</li> </ul>	– Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике.

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Качковский Юрий Валентинович,  
Заведующий методическим кабинетом

**18.10.24** 14:41  
(MSK)

Простая подпись

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Савельева Ольга Викторовна,  
Зам. директора РССК «РГРТУ» по УР

**18.10.24** 15:47  
(MSK)

Простая подпись

УТВЕРЖДЕНО

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Цинарева Тамара Алтыбаевна,  
Директор РССК «РГРТУ»

**18.10.24** 15:48  
(MSK)

Простая подпись