

ПРИЛОЖЕНИЕ к
ОПОП по специальности
38.02.07 Банковское дело

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ**

38.02.07 Банковское дело

Разработчик:
Кутуева Л.В., к.э.н., преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|---|------|
| 1. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 3 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 3 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 14 |

1. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.07 Банковское дело.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовки в должности служащего агент банка. Образование: Среднее общее. Опыт работы не требуется.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| Код | Наименование общих компетенций |
|------------|--|
| ОК 01. | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| ОК 02. | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности |
| ОК 03. | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие |
| ОК 04. | Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами |
| 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 общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения; |
| ОК 09. | Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности |
| ОК 10. | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |
| ОК 11. | Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере |
| ПК 1.1. | Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов |
| ПК 1.4. | Осуществлять межбанковские расчеты |
| ПК 1.6. | Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт |
| ПК 2.2. | Осуществлять и оформлять выдачу кредитов |

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания.

| Результаты (освоенные ПК и ОК) | Код и наименование практического опыта | Код и наименование умений | Код и наименование знаний |
|--------------------------------|--|---|---|
| ПК 1.1. ОК 1-6, 9-11 | ПО1 консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам | У1.осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг; У2.выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк; У3.выявлять потребности клиентов; У4.определять преимущества банковских продуктов для клиентов; У5.ориентироваться в продуктовой линейке банка; У7.консультировать клиентов по тарифам банка; У8.выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; У13.использовать различные формы продвижения банковских продуктов; У14.осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов(6 часов) | 31.определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта; 32.классификацию банковских операций; 33.особенности банковских услуг и их классификацию; 34.параметры и критерии качества банковских услуг; 35.понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы; 36.структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке; 37.определение ценовой политики банка, ее объекты и типы; 38.понятие продуктовой линейки банка и ее структуру(6 часов); 39.продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности(8 часов) 310.основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений(10 часов); 311.организационно-управленческую структуру банка; 312.составляющие успешного банковского бренда; 313.роль бренда банка в продвижении банковских продуктов; 314.понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг(6 часов); 319.этапы продажи банковских продуктов и услуг; 322.способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам; |

| | | | |
|----------------------------|--|---|---|
| | | | 323.способы продвижения банковских продуктов |
| ПК 1.4. ОК 1-6, 9-11 | | У7.консультировать клиентов по тарифам банка; У15.переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка; У16.осуществлять обмен опытом с коллегами | 317.политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг; 318.условия успешной продажи банковского продукта |
| ПК 1.6. ОК 1-6, 9-11 | | У4.определять преимущества банковских продуктов для клиентов; У5.ориентироваться в продуктовой линейке банка; У6.консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка(6 часов); У7.консультировать клиентов по тарифам банка; У8.выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; У12.организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг(13 часов) | 315.особенности продажи банковских продуктов и услуг; 316.основные формы продаж банковских продуктов; 319.этапы продажи банковских продуктов и услуг; 322.способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам; 323.способы продвижения банковских продуктов |
| ПК 2.2. ОК 1-6, 9-11 | | У7.консультировать клиентов по тарифам банка; У8.выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка; У9.формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; У10.использовать личное имиджевое воздействие на клиента; У11.формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг; У13.использовать различные формы продвижения банковских продуктов; | 320.организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов; 321.отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг; 322.способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам; 323.способы продвижения банковских продуктов; 324.правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг; 325.принципы взаимоотношений банка с клиентами; 326.психологические типы клиентов; 327.приёмы коммуникации; 328.способы выявления потребностей клиентов; 329.каналы для выявления потенциальных клиентов. 319.этапы продажи банковских продуктов и услуг |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

МП.03.Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

3.1. Структура профессионального модуля

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего часов | Макс. учебная нагрузка | в т. ч. вариативных часов | Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины / междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | | ПА | Консультация/экзамен |
|--|--|-------------|------------------------|---------------------------|--|--|---|-------------------------------------|---|----------------|----------------|----|----------------------|
| | | | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Произв., Часов | | |
| | | | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | | | |
| ПК 1.1. ПК 1.4. ПК 1.6. ПК 2.2. | МДК 03.01. | 244 | 130 | 55 | 118 | 58 | | 6 | | 36 | 72 | 6 | 6/6 |
| | Всего | 244 | 130 | 55 | 118 | 58 | | 6 | | 36 | 72 | 6 | 6/6 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

| Наименование МДК, разделов и тем | Содержание учебного материала | Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся | Обязательная учебная нагрузка (час) | | Самостоятельная работа | Умения, знания | | Информационно-техническое обеспечение | | Формы и виды контроля |
|--|--|---|-------------------------------------|--------------------------|------------------------|----------------|------|---------------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| | | | Теоретические | Лабораторно-практические | | У | З | Информационные источники | Средства обучения | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Раздел 1. Раздел 1. Банковские продукты и услуги | | | | | | | | | | |
| Тема 1.1. Банковская триада. Качество банковских услуг. | 1. 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 | Работа 1. Определение преимуществ банковских продуктов для потребителей. Работа 2. Решение ситуационных задач по выявлению мнений клиентов о качестве банковских услуг | 4 | 4 | | У1-6, | З1-4 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 1,2 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|----|----|--|-------|-------|-----|-----|-------------------------------|
| | <p>доходности, степень риска, новизна.</p> <p>2. Качество банковских услуг. Ожидание и восприятие качества обслуживания клиентом. Параметры качества банковских услуг. Критерии качества банковской услуги. Продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности.</p> | | | | | | | | | |
| <p>Тема 1.2. Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке.</p> | <p>1. Понятие жизненного цикла банковского продукта. Этапы жизненного цикла банковского продукта.</p> <p>2. Ценовая политика банка. Тарифы на банковские услуги. Особенности ценообразования в банке.</p> | <p>Работа 3. Консультирование клиентов по тарифам банка</p> <p>Работа 4. Определение ценовой политики банка</p> | 4 | 4 | | У7-8 | 35-7 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 3,4 |
| <p>Тема 1.3 Продуктовая линейка банка</p> | <p>1. Понятие продуктовой линейки. Показатели, характеризующие продуктовую линейку банка. Основные критерии классификации банковских услуг. Система управления продуктами коммерческого банка.</p> <p>2. Банковские продукты частным лицам. Вклады. Кредиты, банковские карты. ДБО. Платежи, переводы. Страховые продукты. Инвестиции. Другие банковские услуги.</p> <p>3. Продуктовая линейка для</p> | <p>Работа 5. Выбор банковского продукта для физического лица</p> <p>Работа 6. Выбор банковского продукта для физического лица</p> <p>Работа 7.0. Выбор банковского продукта для физического лица</p> <p>Работа 8. Выбор банковских продуктов для молодежи</p> <p>Работа 9. Выбор банковских продуктов для корпоративных клиентов</p> | 20 | 10 | | У9-16 | 38-10 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 5-9 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|--|----|----|--|--------------------|--------|-----|-----|-----------------------------------|
| | корпоративных клиентов. Банковские продукты для малого, среднего и крупного бизнеса. | | | | | | | | | |
| Тема 1.4 Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов. | 1. Банковский бренд. Составляющие бренда банка: нейм, слоган, логотип, философия (миссия и ценности). Составляющие успешного банковского бренда. Лояльность клиентов к банковскому бренду. Ребрендинг и рестайлинг, их причины и последствия. Бренды по направлениям бизнеса. Продуктовые бренды. 2. Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка. Факторы, определяющие банковскую конкуренцию. Виды банковских рейтингов. | Работа 10. Анализ бренда банка Работа 11.0. Анализ рейтингов банка по данным различных агентств Работа 12. Оценка конкурентной позиции банка на рынке банковских услуг | 6 | 8 | | У9-11 | 311-14 | 1-3 | 1-9 | Проверка практических работ 10-12 |
| Раздел 2. Продажа и продвижение банковских продуктов и услуг | | | | | | | | | | |
| Тема 2.1 Виды каналов продаж банковских продуктов | 1. Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж в зависимости от территориальной привязки – стационарная форма и дистанционная форма продажи. Продажи массового характера (банковский ритейл) и целевые (индивидуальные) продажи. Массовые продажи | Работа 13. Разработка матрицы кросс-продуктов банка Работа 14. Этапы взаимодействия с клиентом. Фразы мосты Работа 15. Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка Работа 16. Интернет-банкинг Работа 17. Финансовый | 12 | 22 | | У3-8, 12,13, 15,16 | 38-10 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 13-23.0 |

| | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | <p>по схеме «финансовый супермаркет».</p> <p>2.Перекрестные продажи cross-sales. Стратегия пакетирования банковских продуктов. Примеры традиционного пакетирования банковских продуктов. Прямая продажа (directselling). POS-кредитование (POS — Point Of Sale). Кредитование покупок через интернет. Электронные каналы продаж банковских продуктов. Преимущества системы Интернет-банкинга для клиента и для банка. Система «Мобильный банк».</p> <p>3. Политика банка в области продаж банковских продуктов. Организация продаж банковских продуктов. Фронт-офис продаж банка. Клиентоориентированный подход. Условия успешной продажи банковского продукта. Процесс принятия клиентом решения о приобретении той или иной услуги (банковского продукта). Формирование навыков агентов по продаже банковских продуктов. Поддержка, контроль и оценка эффективности продаж.</p> | <p>бутик Private banking. Работа 18. Назначение встречи по телефону. «Холодные» звонки. Работа 19. Таргетированное продуктовое предложение в зависимости от целей визита клиента</p> <p>Работа 20.0. Разработка матрицы кросс-продуктов</p> <p>Работа 21. Презентация основного и дополнительного банковского продукта</p> <p>Работа 22. Алгоритм работы с возражениями.</p> <p>Работа 23.0. Алгоритм работы с возражениями.</p> | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|----------|--------|-----|-----|---------------------------------|
| | 4. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. Методы продажи банковских продуктов и услуг. Организация послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов. Отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг. | | | | | | | | | |
| Тема 2.2. Продвижение банковских продуктов | 1. Понятие продвижения банковских продуктов. Коммуникативные связи банка с рынком. Элементы комплекса продвижения. Мотивационные факторы частных и корпоративных клиентов банка. Способы продвижения банковских продуктов. Банковская реклама и связи с общественностью. Имиджевая реклама или брендинг. Продуктовая реклама или стимулирование сбыта. Формирование общественного мнения (Public Relation). Поддержание связи с органами власти (Government Relations). Спонсоринг, выставки, product placement (реклама в неявной форме). Связи с инвесторами или IR (Invest Relations). Связи со СМИ или MR (Media | Работа 24. Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг Работа 25.0. Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг Работа 26. Использование различных форм продвижения банковских продуктов | 8 | 6 | | У9-11,13 | 312-19 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 24-26 |

| | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|--------------|--------|-----|-----|---------------------------------|
| | Relations). 2. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. | | | | | | | | | |
| Тема 2.3 Формирование клиентской базы | 1. Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Психологические типы клиентов. 2. Понятие принципов взаимоотношений банка с клиентами. Принципы взаимной заинтересованности, платности, рациональной деятельности, обеспечения ликвидности. Принципы взаимной обязательности, доверительных отношений, ответственности, невмешательства, договорных отношений, законопослушания, дифференцированности. Понятие программы лояльности: цели, критерии классификации и виды. 3. Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы | Работа 27. Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов Работа 28. Типы клиентов и особенности работы с каждым типом клиента Работа 29. «Трудные» клиенты и особенности работы с ними. | 6 | 6 | | У9-11, 13,14 | 320-29 | 1-3 | 1-9 | Проверка выполнения работ 27-29 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---------------------------|
| | привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. | | | | | | | | | |
| Учебная практика | <p style="text-align: center;">Виды работ</p> <p>Знакомство с банком (организационная структура, филиальная сеть, бренд, информация о рейтингах, состав обслуживаемой клиентуры) Знакомство с продуктовой линейкой банка. Знакомство с тарифной политикой банка Изучение организации послепродажного обслуживания клиентов</p> | | | | | | | | | Защита отчета по практике |
| Производственная практика (по профилю специальности) | <p style="text-align: center;">Виды работ</p> <p>Изучить продуктовую линейку банка. Изучить политику, формы, этапы продаж банковских продуктов и услуг в банке Изучить способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам Изучить принципы взаимоотношения банка с клиентами, каналы для выявления потенциальных клиентов, приемы коммуникации</p> | | | | | | | | | Защита отчета по практике |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | | квалиф. экзамен |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие лаборатории «Учебный банк».

1. Лаборатория Учебный банк:

1. шкафы офисные,
2. 3 стола преподавательские,
3. ПК, интерактивная доска, проектор,
4. доска стеклянная,
5. столы ученические, стулья ученические,
6. счетчик-сортировщик банкнот DoCash DC-45V,
7. POS-терминал для эквайринга POS Terminal S80 (3 ед.),
8. принтер чеков Thermal printer MPRINT T58,
9. детектор подлинности банкнот DoCash BIGD

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Стародубцева, Е. Б. Основы банковского дела : учебник для СПО. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 288 с. 2019.ЭБС "ZNANIUM"
2. Банковское дело в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / В. А. Боровкова [и др.] ; под редакцией В. А. Боровковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 390 с. ЭБС ЮРАЙТ

Дополнительные источники:

3. Банковское дело. Практикум : учебное пособие для СПО / О. И. Ларина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 234 с. ЭБС ЮРАЙТ

Интернет-ресурсы

1. <http://www.cbr.ru/> «Центральный Банк Российской Федерации»
2. <http://www.banki.ru/> Банки Ру
3. Официальные сайты коммерческих банков РФ

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением профессионального модуля ПМ.03 обучающиеся изучают дисциплины в соответствии с учебным планом. Обязательным условием допуска к производственной практике является получение необходимых знаний в рамках профессионального модуля ПМ.03.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

- наличие высшего образования в области «Экономика», «Финансы и кредит»
- опыт работы в организациях финансовой сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в кредитных организациях не реже 1 раза в 3 года.