ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
"ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ"
(ЧПОУ ВПК)

РАССМОТРЕНО
на заседании Педагогического совета
Протокол № 5

от « 31 » августа 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ ВПК
_____ С.З. Хутинаева

Приказ № 58-Д от « 31 » августа 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

ПАО «Сбербанк»
Северо-Осетинское отделение № 8632,

Заместитель управляющего
Северо-Осетинским Отделением № 8632
ПАО «Сбербанк» _____ Т.М. Сакиев

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО (ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКО)

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.07 БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

МДК.03.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ 20002 АГЕНТ БАНКА

г.Владикавказ, 2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) **38.02.07 Банковское дело**

Организация-разработчик:
ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ» (ЧПОУ ВПК)

Разработчик: Туаева Лолита Руслановна, Преподаватель

ОДОБРЕНО
На заседании предметной (цикловой) комиссии
профессиональных дисциплин и модулей
специальности «Банковское дело»

Протокол № 1 от « 31 » августа 20 23 г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии
профессиональных дисциплин и модулей

Цораева С.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля 4
2. Результаты освоения профессионального модуля 6
3. Структура и содержание профессионального модуля 8
4. Условия реализации профессионального модуля 14
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида деятельности) 16
6. Фонд оценочных средств 26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Освоение профессии рабочего (одной или несколько)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее образовательная программа) по специальности **38.02.07 Банковское дело** в части освоения вида деятельности (ВД): **Освоение профессии рабочего (одной или несколько)** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

- иметь практический опыт:

- осуществления расчетно-кассового обслуживания клиентов;
- осуществления межбанковских расчетов;
- обслуживания расчетных операций с использованием различных видов карт;
- осуществления и оформления выдачи кредитов.

- 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;
- формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;
- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;
- переадресовывать сложные вопросы специалистам банка;
- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;
- осуществлять обмен опытом с коллегами;
- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;
- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;
- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов;
- вести перекрестные продажи.

- знать:

- определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта;
- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;

- параметры и критерии качества банковских услуг;
- понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;
- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;
- определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;
- понятие продуктовой линейки банка и ее структуру;
- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
- основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;
- организационно-управленческую структуру банка;
- составляющие успешного банковского бренда;
- роль бренда в продвижении банковских продуктов;
- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;
- особенности продажи банковских продуктов и услуг;
- основные формы продаж банковских продуктов;
- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;
- условия успешной продажи банковского продукта;
- этапы продажи банковских продуктов и услуг;
- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;
- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;
- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;
- способы продвижения банковских продуктов;
- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;
- принципы взаимоотношений банка с клиентами;
- психологические типы клиентов;
- приемы коммуникации;
- способы выявления потребностей клиентов;
- каналы для выявления потенциальных клиентов;
- методы перекрестных продаж.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:
всего – **142** часа, в том числе:
объем образовательной программы (всего) – **64** часа, включая:
самостоятельная работа – **10** часов;
суммарная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателями – **54** часа, в том числе:
- лекции - **30** часов;
- практические занятия – **24** часа, *в том числе практическая подготовка - 8 часов.*

учебная практика - **72** часа;
экзамен по модулю - **6** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Освоение профессии рабочего (одной или несколько)**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
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 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.

Личностные результаты реализации программы воспитания

Код личностных результатов	Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*
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
ЛР 16	Имеющий аналитическое мышление, устойчивое внимание
ЛР 17	Владеющий современными методами обслуживания потребителя на основе уважения, толерантности, готовности к диалогу

ЛР 18	Осознающий необходимость своего профессионального развития
ЛР 19	Проявляющий интерес к углублению знаний по избранной специальности
ЛР 20	Стремящийся к совершенствованию практической подготовки в соответствии с профессиональными требованиями

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профес-сиональных компетен-ций	**Наименования разделов профессионального модуля**	**Объем образовательной программы в ак. час. (всего)** / *в том числе в форме практ. подго-товки* часов	**Объем образовательной программы в академических часах**							
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						**Самостоятельная работа,** часов	**Промежуточная аттестация включая экзамен по модулю)** часов
			Обучение по МДК				**Практика**			
			в т.ч. лекции, часов	**в т.ч. практические занятия,** / *в том числе в форме практ. подготовки* часов	**в т.ч. лабораторные занятия,** часов	**в т.ч. курсовой проект (работа),** часов	**учебная,** / *в том числе в форме практ. подго-товки* часов	**производствен-ная (по профилю специальности),** / *в том числе в форме практ. подготовки* часов		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**
ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 1.6, ПК 2.2	Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка	**64/*8***	30	24/*8*	-	-	-	-	10	
ПК 1.1-ПК 1.6, ПК 2.2	Учебная практика	72/*72*					72/*72*			
Экзамен по модулю		6								6
ВСЕГО:		**142/*80***	**30**	**24/*8***	**-**	**-**	**72/*72***	**-**	**10**	**6**

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.03.01 Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка		**142**	
Тема 1.1. Организация деловых коммуникаций	*Банковская триада* 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* Базовые: неосязаемость, непостоянство качества, неотделимость от источника предоставления, невозможность хранения. Функциональные: обеспечение экономики платежными средствами, регулирование количества денег в обращении, ориентация на универсальную деятельность, связь со всеми секторами экономики. Специфические: жесткое государственное регулирование, закрытость для третьих лиц, использование различных форм денег, прибыльность и риск. Характерные: большая протяженность во времени, индивидуализированный характер, дифференцированность, зависимость от доверия клиентов и связь с клиентскими рисками. *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. *Жизненный цикл банковского продукта* Понятие жизненного цикла банковского продукта. Этапы жизненного цикла банковского продукта. *Ценовая политика банка* Понятие цены на банковский продукт. Особенности ценообразования в банке. Тарифы на банковские услуги. *Продуктовая линейка* Иерархический метод классификации банковских услуг. Основные критерии классификации банковских услуг. Показатели, характеризующие продуктовую линейку банка. Система управления продуктами коммерческого банка. Банковские продукты частным лицам: вклады, кредиты, банковские карты, платежи и переводы. Продуктовая линейка для корпоративных клиентов. Особенности банковских продуктов для малого, среднего и крупного бизнеса. Основные продукты для финансовых учреждений: расчетные продукты, инвестиционно-банковские продукты, торговое финансирование. *Бренд*	**16**	1

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
	Составляющие бренда банка: нейм, слоган, логотип, философия (миссия и ценности). Составляющие успешного банковского бренда. Лояльность клиентов к банковскому бренду. Крупнейшие мировые и российские банковские бренды. Ребрендинг и рестайлинг, их причины и последствия. Бренды по направлениям бизнеса. Продуктовые бренды. *Конкурентное преимущество банка* Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка. Факторы, определяющие банковскую конкуренцию. Виды банковских рейтингов.		
	Лекция 1 Банковская триада	*2*	
	Лекция 2 Особенности банковских услуг	*2*	
	Лекция 3 Качество банковских услуг	*2*	
	Лекция 4 Жизненный цикл банковского продукта	*2*	
	Лекция 5 Ценовая политика банка	*2*	
	Лекция 6 Продуктовая линейка	*2*	
	Лекция 7 Бренд	*2*	
	Лекция 8 Конкурентные преимущества банка	*2*	
	Практические занятия	**12**	
	Практическое занятие 1 Сравнительный анализ розничной продуктовой линейки банков	*2*	
	в том числе в форме практической подготовки	**2**	
	Практическое занятие 2 Определение преимуществ банковских продуктов для потребителей	*2*	
	Практическое занятие 3 Консультирование клиентов по тарифам банка	*2*	
	Практическое занятие 4 Оформление банковской сделки	*2*	
	в том числе в форме практической подготовки	***2***	
	Практическое занятие 5 Оценка конкурентной позиции банка на рынке банковских продуктов	*2*	
	Практическое занятие 6 Формирование положительного мнения у потенциальных клиентов о деловой репутации банка	*2*	
Тема 1.2. Организация продажи банковских услуг	*Каналы продаж банковских продуктов* 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 по схеме «финансовый супермаркет». Перекрестные продажи cross-sales. *Методы продаж 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. Преимуществами системы Интернет-банкинга для клиента и для	**14**	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	банка. Система «Мобильный банк». *Продажа банковских услуг* 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. 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. *Продвижение банковских продуктов* 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. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. 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 Relations). *Клиент банка* Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Психологические типы клиентов. *Принципы взаимодействия банка с клиентами* 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. *Каналы для выявления потенциальных клиентов* Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.		
	Лекция 9 Каналы продаж банковских продуктов	*2*	
	Лекция 10 Стратегия пакетирования банковских продуктов	*2*	
	Лекция 11 Продажа банковских услуг	*2*	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
	Лекция 12 Продвижение банковских продуктов	*2*	
	Лекция 13 Клиент банка	*2*	
	Лекция 14 Принципы взаимодействия банка с клиентами	*2*	
	Лекция 15 Каналы для выявления потенциальных клиентов	*2*	
	Практические занятия	**12**	
	Практическое занятие 7 Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка	*2*	
	Практическое занятие 8 Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг	*2*	
	в том числе в форме практической подготовки	***2***	
	Практическое занятие 9 Анализ возможных каналов продвижения банковских продуктов и услуг	*2*	
	Практическое занятие 10 Разработка стратегий продаж банковских продуктов и услуг	*2*	
	в том числе в форме практической подготовки	***2***	
	Практическое занятие 11 Изучение рыночного спроса и предложения на банковские продукты и услуги	*2*	
	Практическое занятие 12 Формирование и анализ клиентской базы банка	*2*	
	Самостоятельная работа при изучении раздела: 1 Штудирование текстовых материалов (составление конспектов). 2. Подготовка к контрольным вопросам: 1. Банковская триада. 2. Качество банковских услуг. 3. Ценовая политика банка. 4. Продуктовая линейка для различных категорий клиентов. 5. Выгода банковских продуктов для детей и молодежи. 6. Бренд банка. 7. Запоминающийся образ банка. 8. Определение качества банковского продукта в соответствии со Стандартом качества вкладов физических лиц. 9. Организационная структура банка. 10. Перекрестные продажи cross-sales. 11. Финансовый супермаркет – розничные продажи типовых услуг. 12. Финансовый бутик Private banking. 13. Стратегия пакетирования банковских услуг. 14. Элементы стратегии продаж внутри банка. 15. Фронт-офис продаж банка. 16. Персональные продажи.	**10**	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
	17. Имиджевая реклама. 18. Прямая и косвенная реклама. 19. Реклама в прессе. 20. Радио и телереклама		
Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка	**Учебная практика** **Виды работ:** • проведение расчетно-кассового обслуживания клиентов; • проведение межбанковских расчетов; • проведение расчетных операций с использованием различных видов карт; • проведение и оформление выдачи кредитов.	**72**	2
Экзамен по модулю		**6**	
	ИТОГО по МДК.03.01: **Всего:** **самостоятельная работа -** **суммарная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем, из них:** **лекции -** **практические занятия –** ***в том числе в форме практической подготовки -*** **учебная практика -** **экзамен по модулю -**	 **142** **10** **54** **30** **24** ***8*** **72** **6**	

**Практические занятия могут проводиться в электронной информационно-образовательной среде (Личная студия обучающегося)*

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1 - ознакомительный *(узнавание ранее изученных объектов, свойств);*
2 - репродуктивный *(выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);*
3 - продуктивный *(планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение* проблемных *задач)*
* - вводная лекция

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия электронной образовательной среды.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических работ.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методическими указаниями по самостоятельной работе.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

4.2.1. Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 21.12.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.12.2021)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022)
3. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 30.12.2021) "О банках и банковской деятельности"
4. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 02.07.2021) "О национальной платежной системе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.12.2021)
5. Федеральный закон от 21.12.2013 N 353-ФЗ (ред. от 02.07.2021) "О потребительском кредите (займе)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2021)»
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 30.12.2021) "О рекламе"»
7. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 30.12.2021) "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.01.2022)
8. Федеральный закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ (ред. от 21.12.2021) "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма"
9. Положение Банка России от 29.06.2021 N 762-П "О правилах осуществления перевода денежных средств" (Зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2021 N 64765)
10. Инструкция Банка России от 30.05.2014 N 153-И (ред. от 02.02.2021) "Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам), депозитных счетов" (Зарегистрировано в Минюсте России 19.06.2014 N 32813)
11. Указание Банка России от 25.11.2009 N 2346-У (ред. от 19.05.2020) "О хранении в кредитной организации в электронном виде отдельных документов, связанных с оформлением бухгалтерских, расчетных и кассовых операций при организации работ по ведению бухгалтерского учета" (Зарегистрировано в Минюсте России 25.12.2009 N 15828)»

МДК.03.01 Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка.

4.2.2. Основная литература:

1. Дмитриева, И. Е. Деньги, кредит, банки : учебное пособие / И. Е. Дмитриева, Е. А. Ярошенко. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 208 c. — ISBN 978-5-4497-0583-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95597.html
2. Куликов, Н. И. Банковский менеджмент : учебное пособие / Н. И. Куликов, Е. С. Вдовина, Ю. В. Кудрявцева. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 95 c. — ISBN 978-5-8265-2098-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99751.html

4.2.3. Дополнительная литература

1. Дём, О. Д. Банковский менеджмент : учебное пособие / О. Д. Дём, Д. А. Варивода ; под редакцией О. Д. Дём. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. — 280 c. — ISBN 978-985-503-526-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/67614.html

4.2.4. Интернет-ресурсы:

- www.cbr.ru - Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации
- www.sbrf.ru - Официальный сайт Сбербанка
- www.garant.ru - Справочная правовая система «Гарант»
- www.bdm.ru - БДМ. Банки и деловой мир
- www.banki.ru – Информационный банковский портал
- www.arb.ru - Материалы сайта Ассоциации российских банков
- www.bankir.ru - Материалы Информационного агентства – портала Bankir.ru

4.3. Общие требования организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является сдача текущей аттестации по разделам модуля **ПМ.03 Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка**.

Образовательная организация располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательной организации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам. Реализация образовательного процесса обеспечивает: выполнение обучающимися практических заданий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров.

Во время реализации программы модуля целесообразно рассматривать дисциплины: ОП.04 «Организация бухгалтерского учета в банках», ОП.02 «Бухгалтерский учет».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональных стандартах.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.6 ФГОС СПО 38.02.07 Банковское дело (Приказ Министерства образования и науки РФ от 05.02.2018 № 67, зарегистрировано в Минюсте России 26.02.2018 № 50135), не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.6 ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы не менее 25 процентов.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять расчетно-кассовое обслуживание клиентов	Демонстрирует профессиональные знания при осуществлении расчетно-кассового обслуживания клиентов ***Знает:*** • особенности расчетно-кассового обслуживания клиентов; • параметры и критерии качества расчетно-кассового обслуживания клиентов; • структуру цены и особенности ценообразования на расчетно-кассовое обслуживание клиентов; • тарифы, преимущества и ценности расчетно-кассового обслуживания клиентов в банке; • особенности продажи услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • основные формы продаж услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • политику банка в области продаж услуг по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • условия успешной продажи услуг по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • этапы продажи услуг по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • способы и методы привлечения клиентов на расчетно-кассовое обслуживание; • правила подготовки и проведения презентации услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию клиентов; • способы и каналы выявления потребностей клиентов в расчетно-кассовому обслуживании; • методы перекрестных продаж.	Анализ дневника, Практические задания, Фронтальный опрос, Тестирование, Экзамен

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	Умеет: • осуществлять поиск информации о состоянии рынка расчетно-кассового обслуживания; • выявлять мнение клиентов о качестве расчетно-кассового обслуживания в банке; • выявлять потребности клиентов в расчетно-кассовом обслуживании; • определять преимущества расчетно-кассового обслуживания в банке; • ориентироваться в продуктовой линейке банка по расчетно-кассовому обслуживанию; • консультировать клиентов по тарифам банка на расчетно-кассовое обслуживание; • выбирать схемы обслуживания по расчетно-кассовому обслуживанию, выгодные для клиента и для банка; • переадресовывать сложные вопросы по расчетно-кассовому обслуживанию специалистам банка; • осуществлять обмен опытом с коллегами о продаже услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию; • организовывать и проводить презентации услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию; • использовать различные формы продвижения услуг банка по расчетно-кассовому обслуживанию; • вести перекрестные продажи.	
ПК 1.4. Осуществлять межбанковские расчеты	Демонстрирует профессиональные знания при осуществлении межбанковских расчетов ***Знает:*** • особенности межбанковских расчетов; • параметры и критерии качества межбанковских расчетов; • структуру цены и особенности ценообразования на межбанковские расчеты; • тарифы, преимущества и ценности межбанковских расчетов в банке; • особенности продажи услуг банка по межбанковским расчетам; • основные формы продаж услуг банка по межбанковским расчетам; • политику банка в области продаж	Анализ дневника, Практические задания, Фронтальный опрос, Тестирование, Экзамен

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	услуг по межбанковским расчетам; • условия успешной продажи услуг по межбанковским расчетам; • этапы продажи услуг по межбанковским расчетам; • способы и методы привлечения клиентов на межбанковские расчеты; • правила подготовки и проведения презентации услуг банка по межбанковским расчетам; • способы и каналы выявления потребностей клиентов межбанковских расчетах; • методы перекрестных продаж. ***Умеет:*** • осуществлять поиск информации о состоянии рынка межбанковских расчетов; • выявлять мнение клиентов о качестве межбанковских расчетов; • выявлять потребности клиентов в межбанковских расчетах; • определять преимущества межбанковских расчетов в банке; • ориентироваться в продуктовой линейке банка по межбанковским расчетам; • консультировать клиентов по тарифам банка на межбанковские расчеты; • выбирать схемы обслуживания по межбанковским расчетам, выгодные для клиента и для банка; • переадресовывать сложные вопросы по межбанковским расчетам специалистам банка; • осуществлять обмен опытом с коллегами о продаже услуг банка по межбанковским расчетам; • организовывать и проводить презентации услуг банка по межбанковским расчетам; • использовать различные формы продвижения услуг банка по межбанковским расчетам; • вести перекрестные продажи.	
ПК 1.6. Обслуживать расчетные операции с использованием различных видов платежных карт.	Демонстрирует профессиональные знания при осуществлении расчетов с использованием различных видов платежных карт ***Знает:***	Анализ дневника, Практические задания, Фронтальный опрос,

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	• особенности расчетных операций с использованием различных видов платежных карт; • параметры и критерии качества расчетных операций с использованием различных видов платежных карт; • структуру цены и особенности ценообразования на расчетные операции с использованием различных видов платежных карт; • тарифы, преимущества и ценности расчетных операций с использованием различных видов платежных карт; • особенности продажи услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • основные формы продаж услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • политику банка в области продаж услуг по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • условия успешной продажи услуг по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • этапы продажи услуг по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • способы и методы привлечения клиентов на расчетные операции с использованием различных видов платежных карт; • правила подготовки и проведения презентации услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • способы и каналы выявления потребностей клиентов в расчетных операциях с использованием различных видов платежных карт; • методы перекрестных продаж. ***Умеет:*** • осуществлять поиск информации о состоянии рынка расчетных операций с использованием различных видов платежных карт; • выявлять мнение клиентов о качестве расчетных операций с использованием	Тестирование, Экзамен

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	различных видов платежных карт; • выявлять потребности клиентов в расчетных операциях с использованием различных видов платежных карт; • определять преимущества расчетных операций с использованием различных видов платежных карт в банке; • ориентироваться в продуктовой линейке банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • консультировать клиентов по тарифам банка на расчетные операции с использованием различных видов платежных карт; • выбирать схемы обслуживания по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • переадресовывать сложные вопросы по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт специалистам банка; • осуществлять обмен опытом с коллегами о продаже услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • организовывать и проводить презентации услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • использовать различные формы продвижения услуг банка по расчетным операциям с использованием различных видов платежных карт; • вести перекрестные продажи.	
ПК 2.2. Осуществлять и оформлять выдачу кредитов	Демонстрирует профессиональные знания при осуществлении расчетов с использованием различных видов платежных карт ***Знает:*** • особенности оформления выдачи кредитов; • параметры и критерии качества кредитного обслуживания банков; • структуру цены и особенности ценообразования на кредиты банков; • тарифы, преимущества и ценности кредитования в банке; • особенности продажи кредитных услуг банка;	Анализ дневника, Практические задания, Фронтальный опрос, Тестирование, Экзамен

Результат (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	• основные формы продаж кредитных услуг банка; • политику банка в области продаж кредитных услуг; • условия успешной продажи кредитных услуг; • этапы продажи кредитных услуг; • способы и методы привлечения клиентов на кредитное обслуживание; • правила подготовки и проведения презентации кредитных услуг банка; • способы и каналы выявления потребностей клиентов в кредитовании; • методы перекрестных продаж. ***Умеет:*** • осуществлять поиск информации о состоянии рынка кредитования; • выявлять мнение клиентов о качества кредитного обслуживания в банке; • выявлять потребности клиентов в кредитовании; • определять преимущества кредитного обслуживания в банке; • ориентироваться в продуктовой линейке банка по кредитованию; • консультировать клиентов по тарифам банка на кредитование; • выбирать схемы кредитного обслуживания, выгодные для клиента и для банка; • переадресовывать сложные вопросы по кредитованию специалистам банка; • осуществлять обмен опытом с коллегами о продаже кредитных услуг банка; • организовывать и проводить презентации кредитных услуг банка; • использовать различные формы продвижения кредитных услуг банка; • вести перекрестные продажи.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	**Имеет знания:** 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 **Имеет умения:** распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; 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)	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	**Имеет знания:** номенклатура информационных источников**,** применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации **Имеет умения:** 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	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и	**Имеет знания:** содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и	Письменный отчёт обучающегося, Групповая

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
личностное развитие.	профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования **Имеет умения:** определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	самостоятельная работа, Практические задания
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	**Имеет знания:** психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности **Имеет умения:** организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	**Имеет знания:** сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения. **Имеет умения:** описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания
ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	**Имеет знания:** современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности **Имеет умения:** применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания
ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	**Имеет знания:** правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности. **Имеет умения:** 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); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	задания
ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	**Имеет знания:** основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты **Имеет умения:** выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	Письменный отчёт обучающегося, Групповая самостоятельная работа, Практические задания

Формы контроля обучения:

- тестирование;
- дифференцированный зачет, экзамен;
- комбинированный метод в форме фронтального опроса и групповой самостоятельной работы;
- домашние задания проблемного характера;
- практические задания по работе с информацией, документами, литературой;
- подготовка и защита индивидуальных и групповых заданий проектного характера (коллективный тренинг/семинар).

Формы оценки

«*Неудовлетворительно*» - репродуктивный уровень (обучающийся в процессе обсуждения проблемного вопроса участвует не активно, только краткими репликами, не демонстрирует владение теоретической основой обсуждаемой темы, не аргументирует свою точку зрения; не выполняет функционал своей роли в деловой игре);

«*Удовлетворительно*» - репродуктивный уровень с элементами продуктивных предложений (обучающийся демонстрирует владение различными подходами к теоретическому основанию обсуждаемой проблематики, предлагает свои варианты действия, выполняет основные функции своей роли в деловой игре);

«*Хорошо*» - поисково-исследовательский уровень (обучающийся корректно и адекватно применяет полученную междисциплинарную информацию в нестандартных ситуациях, приводит примеры, иллюстрирующие теоретические позиции обсуждаемого вопроса, проявляет целесообразную инициативу в процессе выполнения функций своей роли в деловой игре);

«*Отлично*» - креативный уровень (обучающийся моделирует новое аргументированное видение заданной проблемы).

Дифференцированный зачет, экзамен:

Оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает в письменной работе, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в работе материал различных научных и методических источников, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в письменной работе, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач письменного экзамена, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практического задания.

Оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно ответить на вопрос, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет задания.

Система стандартизированных заданий:

- от 0 до 49,9 % выполненных заданий – не удовлетворительно;
- от 50% до 69,9% - удовлетворительно;
- от 70% до 89,9% - хорошо;
- от 90% до 100% - отлично.

Методы контроля *направлены на проверку умения обучающихся:*

Выполнять условия задания на творческом уровне с представлением собственной позиции.

Делать осознанный выбор способов действий из ранее известных.

Осуществлять коррекцию (исправление) деланных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий.

Работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы (вебинар, выполнение письменных и творческих работ, устный разбор ситуаций).

Методы оценки *результатов обучения*

Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.

Формирование результата промежуточной аттестации по дисциплине на основе результатов текущего контроля.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Фонд оценочных средств МДК.03.01 Выполнение работ по профессии 20002 Агент банка

Примерный перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Банковская триада.
2. Особенности банковских услуг.
3. Качество банковских услуг.
4. Жизненный цикл банковского продукта.
5. Ценовая политика банка.
6. Понятие продуктовой линейки.
7. Продуктовая линейка для частных лиц.
8. Продуктовая линейка для корпоративных клиентов.
9. Бренд банка.
10. Продуктовые бренды.
11. Конкурентное преимущество банка.
12. Каналы продаж банковских продуктов.
13. Up-sales, down-sales, cross-sales.
14. Стратегия пакетирования банковских продуктов.
15. Политика банка в области продаж банковских продуктов.
16. Этапы продажи банковских продуктов и услуг.
17. Продвижение банковских продуктов.
18. Психологические типы клиентов банка.
19. Принципы взаимодействия банка с клиентами.
20. Каналы для выявления потенциальных клиентов.

Примерный перечень тем эссе

1. Особенности продажи банковских продуктов и услуг
2. Практика российских банков в сфере организации продажи банковских продуктов и услуг.
3. Сравнительный анализ банковских продуктов и услуг коммерческих банков.
4. Разработка нового банковского продукта.
5. Каналы продвижения банковских продуктов и услуг.
6. Сегментирование клиентской базы банка и позиционирование банковских продуктов.
7. Активные методы продажи банковских продуктов.
8. Особенности – Преимущества – Ценности банковского продукта (по выбору).
9. Маркетинговые исследования клиентов банка.
10. Разработка техник продаж банковских продуктов.
11. Развитие электронных каналов продаж банковских продуктов.
12. Особенности продажи банковских продуктов корпоративным и розничным клиентам.
13. Работа с возражениями клиентов.
14. Эффективное взаимодействие с клиентом.
15. Послепродажное обслуживание клиентов.
16. Современные информационные системы обеспечения работы с клиентами.
17. Система менеджмента качества в банках.
18. Проблемы банковской конкуренции и пути ее совершенствования.

19. Цели и методы воздействия Банка России на ценообразование в коммерческих банках.

20. Проблемы и перспективы развития дистанционного банковского обслуживания.

Примерная тематика и содержание контрольных работ, тестовых заданий

Раздел 1

Банковская триада

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	1
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Банковские операции	технологическая сторона деятельности банка
Банковские продукты	деньги и денежное выражение посреднических и консультационных услуг, возникающих по мере выполнения банком своих функций
Банковские услуги	разновидность банковских продуктов, возникающих по мере выполнения непосредственных и посреднических операций с различными категориями клиентов, заинтересованных в эффективном использовании банковского капитала, привлеченных и заемных средств в интересах развития рыночной экономики и увеличении собственных доходов и доходов юридических и физических лиц (клиентов), участвующих в этом процессе
Банковские товары	часть банковских продуктов и услуг, подлежащих реализации клиентам на различных сегментах банковского сектора экономики

Задание

Порядковый номер задания	2
Тип	1
Вес	1

Объявление на взнос наличными на депозит физического лица – это банковская(ий)	
	операция
	услуга
	товар
	продукт

Задание

Порядковый номер задания	3
Тип	4
Вес	1

Операции по привлечению средств в банки, формированию их ресурсов с целью их последующего размещения и получения дохода - _____ операции.
пассивные

Задание

Порядковый номер задания	4
Тип	2

Вес	1

Пассивные операции:	
	открытие депозита физическому лицу
	получение межбанковского кредита
	размещение ценных бумаг банка
	выдача кредита юридическому лицу
	продажа физическому лицу валюты

Задание

Порядковый номер задания	5
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие банковских операций:	
Активные операции	Выдача кредита
Пассивные операции	Размещение ценных бумаг банка
Активно-пассивные операции	Управление имуществом по поручению клиента
Прочие операции	Аренда сейфовых ячеек

Задание

Порядковый номер задания	6
Тип	1
Вес	1

Прямые услуги банка - это	
	проведение платежа в соответствии с платежным поручением
	выдача пластиковой карточки на базе депозитного счета
	клиринговые услуги
	овернайт

Задание

Порядковый номер задания	7
Тип	5
Вес	1

Расположите банковские услуги с I по IV уровень сложности:
продукты и услуги, которые могут быть востребованы большим количеством потребителей
услуги, требующие специального уровня подготовки банковских кадров
услуги, требующие профессиональных знаний в области использования услуг
услуги, требующие специальных знаний в сфере финансового планирования

Задание

Порядковый номер задания	8
Тип	2
Вес	1

Банковские услуги I уровня сложности:	
	Открытие счетов
	Управление денежной наличностью
	Клиринговые услуги
	Управление активами
	Инвестиционные услуги
	Управление смешанными активами

Задание

Порядковый номер задания	9
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Портфель банковских услуг состоит из однообразных услуг. Б) На рынке банковских услуг неограниченное количество участников.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	10
Тип	2
Вес	1

Базовые характеристики банковских услуг:	
	абстрактность
	неотделимость услуги от источника
	непостоянство качества
	регулирование количества денег в обращении
	обеспечение экономики платежными средствами

Задание

Порядковый номер задания	11
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие особенностей банковских услуг:	
Невозможность хранения	базовые
Связь со всеми секторами экономики	функциональные
Жесткое государственное регулирование	специфические
Зависимость от доверия клиентов	характерные

Задание

Порядковый номер задания	12
Тип	2
Вес	1

Регулятивные меры ЦБ РФ для уменьшения количества денег в обращении:	
	повышение ключевой ставки
	увеличение норм обязательных резервов
	повышение налоговой ставки
	эмиссия облигаций

Задание

Порядковый номер задания	13
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие регулятивных мер, субъектов и целей:	
Сокращение кредитования коммерческих банков	ЦБ, для уменьшения количества денег
Отмена налоговых льгот	Минфин, для уменьшения количества денег

Понижение ключевой ставки	ЦБ, для повышения количества денег
Увеличение бюджетного субсидирования	Минфин, для увеличения количества денег

Задание

Порядковый номер задания	14
Тип	1
Вес	1

Назовите виды денег.	
	Бумажные, кредитные
	Полноценные, неполноценные
	Наличные, безналичные, электронные
	Банкноты, монеты

Задание

Порядковый номер задания	15
Тип	1
Вес	1

Уровень обслуживания, которым клиент будет удовлетворён, – это зона	
	толерантности
	инновационности
	надежности
	верифицируемости

Задание

Порядковый номер задания	16
Тип	5
Вес	1

Расположите клиентов банка от наиболее многочисленной группы к наименее многочисленной:
Адаптеры
Последователи
Консерваторы
Новаторы

Задание

Порядковый номер задания	17
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие этапов жизненного цикла банковского продукта и характеристик:	
Внедрение	низкие объемы продаж, часто отрицательные финансовые результаты, неизвестность продукта для потребителя
Рост	усиление конкуренции, снижение цен на продукты, рост продаж
Зрелость	замедление роста продаж, спад конкуренции, стабильное продвижение на фоне снижения прибыли
Спад	резкое уменьшение объема продаж, постоянное снижение прибылей

Задание

Порядковый номер задания	18
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие этапов жизненного цикла банковского продукта и маркетинговых целей:	
Внедрение	модификация знакомой услуги
Рост	расширение сбыта и ассортиментных групп
Зрелость	сохранение отличительного преимущества
Спад	удалить продукт из ассортимента

Задание

Порядковый номер задания	19
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Эффективность банковского маркетинга находится в зависимости от жизненного цикла продукта и его модификации. Б) Частные клиенты могут совершать покупку банковских продуктов по мотивам функциональной потребности, моды, создания имиджа.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Ценовая политика и продуктовая линейка банка

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	20
Тип	4
Вес	1

Количественное выражение стоимости банковского продукта, выступающее как результат соглашения покупателя и банка исходя из спроса и предложения его на рынке - это _____ банковского продукта.
цена

Задание

Порядковый номер задания	21
Тип	4
Вес	1

Продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость, - это
демпинг

Задание

Порядковый номер задания	22
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Цены, устанавливаемые на банковские продукты или услуги, должны быть такими, чтобы обеспечить поступление достаточных доходов, покрывающих все издержки и приносящих прибыль. Б) Стратегия расширения рынка за счет внедрения новых продуктов не может быть связана с использованием цен, не покрывающих текущие затраты на уровне базовых.	
	А – да, Б – да

	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	23
Тип	5
Вес	1

Расположите этапы разработки и реализации ценовой политики банка на рынке:
формулирование целей ценообразования
разработка общей политики ценообразования
выбор конкурентной ценовой стратегии
реализация ценовой стратегии
маневрирование ценами

Задание

Порядковый номер задания	24
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие элементов и ценностей потребителя:	
Элементы самовыражения	благотворительность
Элементы, изменяющие жизнь	инвестиции в будущее
Эмоциональные элементы	бонус
Функциональные элементы	простота

Задание

Порядковый номер задания	25
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Развитие продаж банковских продуктов с короткой «продолжительностью жизни» перспективно до тех пор, пока обеспечиваются необходимые для конкурентоспособности условия неэластичности. Б) Банк может без потери клиентов увеличить цену некоторых услуг, предоставив клиентам дополнительные услуги.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	26
Тип	1
Вес	1

Ценовая стратегия, предусматривающая продажу банковского продукта (услуги) первоначально по очень высоким ценам, значительно превышающим цены производства, а затем постепенное их снижение, - это стратегия	
	«снятия сливок»
	прорыва на рынок
	ценового лидера
	дифференцированных цен

Задание

Порядковый номер задания	27
Тип	1
Вес	1

При легко сегментируемом рынке и высокой интенсивности спроса, невозможности продажи конкурентами банковских продуктов (услуг) по низким ценам в сегментах, реализующих банковские продукты (услуги) по высоким ценам, предпочтительная ценовая стратегия	
	дифференцированных цен
	«снятия сливок»
	прорыва на рынок
	ценового лидера

Задание

Порядковый номер задания	28
Тип	1
Вес	1

Продажи комплекса банковских услуг клиентам банка по единому тарифу - это _____ продажи.	
	пакетные
	инсайдерские
	инклюзивные
	дифференцированные

Задание

Порядковый номер задания	29
Тип	1
Вес	1

Для структуризации продуктовой линейки банка используют многомерную классификацию _____ способом.	
	иерархическим
	интегральным
	предельным
	подстановочным

Задание

Порядковый номер задания	30
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Степень сложности услуги относится к основным показателям, характеризующим продуктовую линейку банка. Б) Клиентский сегмент и география услуги – все характеристики продуктовой линейки банка.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	31
Тип	2

Вес	1

Постоянные параметры продуктовых технологий банка:	
	методы программирования и инструменты выполнения операций по счетам
	план счетов
	документальное оформление сделки
	способы оценки рисков и принятия решений
	методы тарификации, начисления и взимания вознаграждения

Задание

Порядковый номер задания	32
Тип	1
Вес	1

Банковский продукт, формирующий собственный рынок не существовавшей прежде банковской услуги, - это _____ продукт.	
	новый банковский
	инновационный банковский
	модернизированный банковский
	рестайлинговый банковский

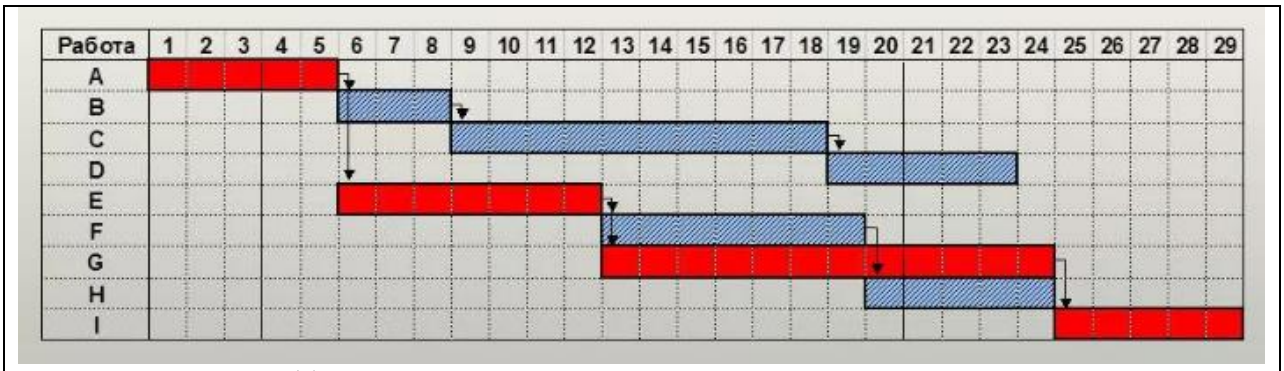
Задание

Порядковый номер задания	33
Тип	1
Вес	1

Подробные структурированные описания важнейших атрибутов (показателей) банковских продуктов - _____ продуктов коммерческого банка.	
	паспорта
	свидетельства
	удостоверения
	дипломы

Задание

Порядковый номер задания	34
Тип	1
Вес	1



На рисунке показан(а)

	график Ганта
	диаграмма Исикавы
	блок-схема
	гистограмма

Бренд банка. Конкурентные преимущества банка

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	35
Тип	4
Вес	1

Уникальный и привлекательный для потребителя образ торговой марки банка - это
бренд

Задание

Порядковый номер задания	36
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Приблизительная информация относительно предпочтений покупателей – это условие создания успешной концепции брендинга. Б) Для эффективной маркетинговой деятельности банка ему необходимо разработать иррациональную товарную политику.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	37
Тип	2
Вес	1

Преимущества банковского бренда:	
	оптимизация ассортимента банковских продуктов
	повышение лояльности клиентов банка
	снижение рисков ликвидности
	минимизация процентных ставок при адресном размещении ресурсов
	повышение издержек на оплату труда

Задание

Порядковый номер задания	38
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие элементов бренда:	
HSBC	нейм
СБЕР	логотип
The world’s local bank	слоган
Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты	миссия
Я – лидер, Мы – команда, Все – для клиента	ценности

Задание

Порядковый номер задания	39
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Сбербанк и Альфа-Банк – прямые конкуренты. Б) Банк ВТБ и ПИФ «Норд-Вест Капитал» - непрямые конкуренты.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	40
Тип	2
Вес	1

Доходные методы оценки банковского бренда:	
	метод ценовой премии
	анализ драйверов спроса и силы бренда
	метод сравнения продаж
	метод оценки стоимости рекламы
	метод остаточной вмененной стоимости

Задание

Порядковый номер задания	41
Тип	2
Вес	1

Внешние драйверы спроса на банковские услуги:	
	рост и сохранение численности клиентов банка
	структура контингента банка
	страна происхождения банковского бренда
	масштабность периферийной сети
	доступность банковских услуг

Задание

Порядковый номер задания	42
Тип	1
Вес	1

На рисунке показан(а)

	карта восприятия банковских брендов
	график Ганта
	диаграмма Исикавы
	пирамида Маслоу

Задание

Порядковый номер задания	43
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Позиционирование бренда проводится с учетом востребованности, доверия, отличий и эластичности. Б) На восприятие банковских продуктов потребителем значительное влияние оказывает степень информированности об этих продуктах.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	44
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие слоганов и компаний:	
Мы гордимся своими финансовыми показателями	финансовые организации
Мы гордимся своими достижениями	IT-компании
Мы гордимся своим руководителем	Microsoft
Мы гордимся своей продукцией	Nestle

Задание

Порядковый номер задания	45
Тип	1
Вес	1

Ключевой современный канал продвижения банковских брендов - это	
	соцсети
	сайты
	телевидение
	радио

Задание

Порядковый номер задания	46
Тип	4
Вес	1

Изменение только фирменного стиля бренда, которое не затрагивает философии и позиционирования компании или продукта, - это
рестайлинг

Задание

Порядковый номер задания	47
Тип	1
Вес	1

III сектор матрицы рестайлинга соответствует

	молодой целевой аудитории, ориентированной на статус
	молодой целевой аудитории, ориентированной на новый дизайн продукции
	зрелой аудитории, ориентированной на сохранение ценностей
	зрелой консервативной аудитории

Задание

Порядковый номер задания	48
Тип	1
Вес	1

Конкуренция на банковском рынке - это	
	Олигополистическая конкуренция с конкурентным окружением
	монополия с конкурентным окружением
	совершенная конкуренция
	монополистическая конкуренция
	монопсоническая с конкурентным окружением

Задание

Порядковый номер задания	49
Тип	4
Вес	1

Конкуренция, при которой соблюдаются правовые и этические нормы взаимоотношений с соперниками, - это _____ конкуренция.
добросовестная

Раздел 2

Продажа банковских продуктов и услуг

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	1
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Дистрибьютор – фирма или предприниматель, осуществляющие оптовую закупку определенных товаров у крупных производителей с целью последующего сбыта этих товаров розничным продавцам на региональных рынках. Б) Обмен товара или услуги на деньги, подтвержденный чеком продажи, актом выполненных работ, накладной передачи товара, - это торговля.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет

	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	2
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Активная продажа	продажа, при которой менеджер по продажам инициирует контакт
Личная продажа	продажа, при которой и продавец, и покупатель являются физическими лицами и при совершении сделки общаются непосредственно
Простая продажа	продажа, оформляемая минимумом актов коммуникации между сторонами
High tech-продажа	продажа, подразумевающая высокую осведомленность покупателя и продавца об особенностях сложного объекта продажи, способность сторон дать и получить высококвалифицированную консультацию

Задание

Порядковый номер задания	3
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Пассивная продажа	продажа, при которой клиент сам находит продавца и обращается к нем
Безличная продажа	продажа, при которой продавец не принимает участия в коммуникации с клиентами (интернет-магазин, торговые автоматы, магазины самообслуживания и т.п.)
Комплексная продажа	продажа, представленная длительным циклом, состоящим из процесса обдумывания, обсуждения, принятия решения, с вовлечением дополнительных лиц
Каскадная продажа	продажа, этапы которой разделяются между различными исполнителями (call-менеджер обзванивает клиентов, менеджер по продажам проводит встречу, специалисты готовят товар, кассир принимает деньги, транспортный отдел обеспечивает доставку)

Задание

Порядковый номер задания	4
Тип	2
Вес	1

Виды продаж по характеристике процесса сделки:	
	простая
	комплексная
	каскадная
	прямая
	непрямая

Задание

Порядковый номер задания	5
Тип	1
Вес	1

Сделки между бизнесменом и потребителем - это

	B2C
	B2B
	B2G
	C2B
	C2C

Задание

Порядковый номер задания	6
Тип	4
Вес	1

Реализация определенного права - это
франшиза

Задание

Порядковый номер задания	7
Тип	1
Вес	1

От заключения сделки до получения определенного блага от банковской сделки – это _____ стадия продажи банковских продуктов.	
	эксплуатационная
	предварительная
	заключительная
	итоговая
	мидл
	фронт
	бэк

Задание

Порядковый номер задания	8
Тип	1
Вес	1

Banki.ru – это	
	финансовый супремаркет
	финансовый бутик
	POS
	Private Banking

Задание

Порядковый номер задания	9
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Индивидуальные продажи, предполагающие поиск определенных групп клиентов и эксклюзивных форм обслуживания, - это финансовый супермаркет. Б) Каналы дистанционного сбыта реализовывают процесс обслуживания клиента «на расстоянии» после его идентификации, без прямого контакта с работниками банковской структуры.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	10
Тип	2
Вес	1

Каналы дистанционного сбыта позволяют банкам:	
	формировать и поддерживать на необходимом уровне целевую аудиторию
	формировать комплекс эффективных коммуникаций
	привлекать новых клиентов в финансовые сервисы
	сокращать номенклатурный ряд
	ослаблять свои позиции на рынке

Задание

Порядковый номер задания	11
Тип	1
Вес	1

Продажа, предполагающая рассмотрение имеющихся в наличии продуктов как отдельных позиций каталога взаимосвязанных услуг и позволяющая определить и сформировать набор продуктов, которые полностью удовлетворяли бы потребности клиента, гарантируя этим наилучшее взаимодействие с ним, - это _____ продажа.	
	пакетная
	единичная
	активная
	каскадная

Задание

Порядковый номер задания	12
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к текущему счету при пакетировании банковских продуктов:	
	дебетовая карта
	система ускоренных денежных переводов
	кредитная карта
	доверительное управление

Задание

Порядковый номер задания	13
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к депозиту и ценным бумагам при пакетировании банковских продуктов:	
	депозитарные операции
	формирование инвестиционного портфеля
	доверительное управление средствами клиента
	дебетовая карта
	автоплатеж

Задание

Порядковый номер задания	14
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к ссуде при пакетировании банковских продуктов:

	кредитный брокер
	страхование ссуды
	формирование инвестиционного портфеля
	депозитарные операции

Задание

Порядковый номер задания	15
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к расчетам и переводам при пакетировании банковских продуктов:	
	совмещение платежной и транспортной функции на одной карте
	страхование средств на карте
	мобильный банк
	аренда сейфовых ячеек

Задание

Порядковый номер задания	16
Тип	1
Вес	1

Предложение клиенту сопутствующих продуктов - это	
	Cross-selling
	Up-selling
	Down-selling
	перекрестная продажа

Задание

Порядковый номер задания	17
Тип	1
Вес	1

Продажа в кредит бытовой техники в магазине «Эльдорадо» - это	
	POS-кредитование
	CSI-кредитование
	Direct-mail
	NPS-кредитование

Задание

Порядковый номер задания	18
Тип	1
Вес	1

Подразделение банка, непосредственно общающееся с клиентами и имеющее отношение к продажам и маркетингу, - это	
	фронт-офис
	мидл-офис
	бэк-офис
	ладж-офис
	смол-офис

Задание

Порядковый номер задания	19
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы продаж банковского продукта:
установление контакта
выявление потребностей
презентация продукта
работа с возражениями
завершение сделки

Задание

Порядковый номер задания	20
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы принятия решения покупателем:
осознание проблемы и потребности
поиск информации по решению проблемы
оценка существующих вариантов
решение о покупке
реакция на покупку

Задание

Порядковый номер задания	21
Тип	1
Вес	1

Наиболее часто задаваемые вопросы - это	
	FAQ
	Лид
	Лендинг
	POS
	Аватар

Задание

Порядковый номер задания	22
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) При решении задачи у клиента может случиться «аналитический паралич». Б) Эффективность продаж – отношение дополнительных продаж банковского продукта, получаемого за счет улучшения обслуживания клиентов, к расходам на проведение соответствующих мероприятий.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	23
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие возражений клиентов и ответов менеджера:	
Я вас прекрасно понимаю. Большинству наших покупателей требуется время на принятие решения. Может ли быть, что вас волнует вопрос цены, сроки обслуживания или содержание услуги?	Я подумаю
Я понимаю вашу занятость – много дел, суета. У всех бывают	Нет времени

такие ситуации. Скажите, когда мне лучше перезвонить, чтобы вам было удобнее общаться. Может позвонить завтра или в пятницу? Просто хочу сформировать для вас выгодное предложение, поэтому нужно уточнить ряд нюансов о том, что…	
Хорошо, я просто хотел сформировать для вашего начальника/руководителя выгодное предложение. Для этого планировал уточнить некоторые нюансы и вопросы о работе вашей компании. Может быть, у вас есть возможность проконсультировать меня по некоторым вопросам? Скажите, пожалуйста…	Нет на месте
Да, я понимаю, хорошо. Но наше предложение составляется индивидуально для каждой компании, чтобы идеально соответствовать её потребностям и предпочтениям. Поэтому, чтобы отправить вам выгодное предложение по почте, мне нужно уточнить некоторые нюансы. Скажите, пожалуйста…	Отправьте на e-mail

Продвижение банковских продуктов

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	24
Тип	1
Вес	1

Маркетинговая деятельность, направленная на распространение заведомо оплаченной информации для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж, - это	
	реклама
	пиар
	пропаганда
	стимулирование сбыта
	прямой маркетинг

Задание

Порядковый номер задания	25
Тип	1
Вес	1

Реклама, знакомящая с банком и сферой его деятельности, - это _____ реклама.	
	информативная
	экспансированная
	напоминающая
	сравнительная

Задание

Порядковый номер задания	26
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) На сохранение своей клиентуры нацелена экспансированная реклама. Б) Напоминающая реклама знакомит с банком и сферой его деятельности.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	27
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Психологическая функция рекламы обусловлена тем, что реклама является сильнейшим средством воздействия на процесс принятия решения о приобретении банковских продуктов. Б) Коммуникативная функция рекламы выражается в предоставлении потенциальным потребителям исчерпывающей информации о комплексе проблем, решаемых услугой, ее свойствах и качестве.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	28
Тип	2
Вес	1

Рекламные BTL-технологии:	
	прямой маркетинг
	стимулирование сбыта
	событийный маркетинг
	реклама на ТВ
	газетные объявления

Задание

Порядковый номер задания	29
Тип	1
Вес	1

Персональные продажи, скидки постоянным клиентам, денежные премии лучшим агентам по продажам – это мероприятия	
	стимулирования сбыта
	рекламы
	пропаганды
	благотворительности
	пиара

Задание

Порядковый номер задания	30
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы стимулирования сбыта:
постановка задач стимулирования сбыта
выбор средств стимулирования сбыта
разработка программы стимулирования сбыта
оценка результатов стимулирования сбыта

Задание

Порядковый номер задания	31
Тип	2

Вес	1

Мероприятия прямого маркетинга:	
	почтовые рассылки
	холодные звонки
	телевизионный маркетинг
	SMS-рассылки

Задание

Порядковый номер задания	32
Тип	4
Вес	1

Установление связей с должностным лицом и ведение закрытых переговоров от имени другой стороны с намерением повлиять на принятие выгодных официальных решений - это
лоббирование

Задание

Порядковый номер задания	33
Тип	1
Вес	1

Управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации, - это	
	пиар
	Media Relations
	реклама
	стимулирование сбыта

Задание

Порядковый номер задания	34
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
PR	связи с общественностью
GR	связи с государственными органами
IR	связи с инвесторами
MR	связи со СМИ

Задание

Порядковый номер задания	35
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Взыскатель не может предъявить исполнительный лист в банк на обращение взыскания на денежные средства. Б) Государственные органы могут потребовать от банка наложить арест на счета.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	36
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Единственная цель банковского спонсоринга – создание себе имиджа. Б) От умения агента по продажам понимать невербальные средства коммуникации зависит успешность коммуникаций.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Взаимодействие банка с клиентами

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	37
Тип	1
Вес	1

По правовому статусу клиенты делятся на	
	юридических и физических лиц
	реальных и потенциальных клиентов
	крупных, средних и малых клиентов
	старых и новых клиентов

Задание

Порядковый номер задания	38
Тип	4
Вес	1

Банки делят клиентов по кредитоспособности на ____ классов. В ответе укажите число цифрами.
5

Задание

Порядковый номер задания	39
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	доминирование
I	влияние
S	стабильность
C	соответствие

Задание

Порядковый номер задания	40
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	красный
I	желтый

S	зеленый
C	синий

Задание

Порядковый номер задания	41
Тип	1
Вес	1

Аналитический стиль общения характерен для человека типа ___ по модели DISC.	
	C
	S
	D
	I

Задание

Порядковый номер задания	42
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	ведущий стиль общения
I	экспрессивный стиль общения
S	мягкий стиль общения
C	аналитический стиль общения

Задание

Порядковый номер задания	43
Тип	2
Вес	1

Принципы взаимоотношений банка и клиента:	
	взаимной заинтересованности
	ответственности
	дифференцированности
	снижения ликвидности
	вмешательства

Задание

Порядковый номер задания	44
Тип	4
Вес	1

Система вознаграждения и поощрения существующих клиентов, которая позволяет удерживать их, развивать повторные продажи и повышать уровень _____ - это программа _____.
лояльности

Задание

Порядковый номер задания	45
Тип	2
Вес	1

Программа лояльности помогает банку:	
	собрать качественную базу адресов
	получить информацию о поведении клиентов
	удержать клиентов, приносящих наибольшую прибыль
	снизить доверие к бренду и осведомленность о нем

	повысить расходы на маркетинг за счет персональных предложений

Задание

Порядковый номер задания	46
Тип	1
Вес	1

Самые простые программы лояльности - это	
	дисконтные
	бонусные
	многоуровневые
	кешбэк

Задание

Порядковый номер задания	47
Тип	1
Вес	1

Простой и понятный принцип программы лояльности, «справедливые скидки», есть мотивация совершать покупки, разная степень поощрения клиентов, сгораемые скидки, сложности внедрения – особенности _____ программ лояльности.	
	многоуровневых
	дисконтных
	бонусных
	партнерских

Задание

Порядковый номер задания	48
Тип	3
Вес	1

[1] – скидка в виде возврата части стоимости покупки на карту. Включив в эту программу [2] нескольких партнеров, ее можно сделать [3]. Также она легко поддается [4]. Установите соответствие:	
1	кешбэк
2	лояльность
3	партнерская
4	геймификация

Задание

Порядковый номер задания	49
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
CSI	индекс удовлетворенности клиента
CR	индекс оттока пользователей
NPS	индекс готовность рекомендовать
LTV	индекс полученной ценности

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования знаний, умений, навыков и опыта деятельности

ЭКЗАМЕН

Банковская триада

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	1
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Банковские операции	технологическая сторона деятельности банка
Банковские продукты	деньги и денежное выражение посреднических и консультационных услуг, возникающих по мере выполнения банком своих функций
Банковские услуги	разновидность банковских продуктов, возникающих по мере выполнения непосредственных и посреднических операций с различными категориями клиентов, заинтересованных в эффективном использовании банковского капитала, привлеченных и заемных средств в интересах развития рыночной экономики и увеличении собственных доходов и доходов юридических и физических лиц (клиентов), участвующих в этом процессе
Банковские товары	часть банковских продуктов и услуг, подлежащих реализации клиентам на различных сегментах банковского сектора экономики

Задание

Порядковый номер задания	2
Тип	1
Вес	1

Объявление на взнос наличными на депозит физического лица – это банковская(ий)	
	операция
	услуга
	товар
	продукт

Задание

Порядковый номер задания	3
Тип	4
Вес	1

Операции по привлечению средств в банки, формированию их ресурсов с целью их последующего размещения и получения дохода - _____ операции.
пассивные

Задание

Порядковый номер задания	4
Тип	2
Вес	1

Пассивные операции:	
	открытие депозита физическому лицу

	получение межбанковского кредита
	размещение ценных бумаг банка
	выдача кредита юридическому лицу
	продажа физическому лицу валюты

Задание

Порядковый номер задания	5
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие банковских операций:	
Активные операции	Выдача кредита
Пассивные операции	Размещение ценных бумаг банка
Активно-пассивные операции	Управление имуществом по поручению клиента
Прочие операции	Аренда сейфовых ячеек

Задание

Порядковый номер задания	6
Тип	1
Вес	1

Прямые услуги банка - это	
	проведение платежа в соответствии с платежным поручением
	выдача пластиковой карточки на базе депозитного счета
	клиринговые услуги
	овернайт

Задание

Порядковый номер задания	7
Тип	5
Вес	1

Расположите банковские услуги с I по IV уровень сложности:
продукты и услуги, которые могут быть востребованы большим количеством потребителей
услуги, требующие специального уровня подготовки банковских кадров
услуги, требующие профессиональных знаний в области использования услуг
услуги, требующие специальных знаний в сфере финансового планирования

Задание

Порядковый номер задания	8
Тип	2
Вес	1

Банковские услуги I уровня сложности:	
	Открытие счетов
	Управление денежной наличностью
	Клиринговые услуги
	Управление активами
	Инвестиционные услуги
	Управление смешанными активами

Задание

Порядковый номер задания	9
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Портфель банковских услуг состоит из однообразных услуг. Б) На рынке банковских услуг неограниченное количество участников.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	10
Тип	2
Вес	1

Базовые характеристики банковских услуг:	
	абстрактность
	неотделимость услуги от источника
	непостоянство качества
	регулирование количества денег в обращении
	обеспечение экономики платежными средствами

Задание

Порядковый номер задания	11
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие особенностей банковских услуг:	
Невозможность хранения	базовые
Связь со всеми секторами экономики	функциональные
Жесткое государственное регулирование	специфические
Зависимость от доверия клиентов	характерные

Задание

Порядковый номер задания	12
Тип	2
Вес	1

Регулятивные меры ЦБ РФ для уменьшения количества денег в обращении:	
	повышение ключевой ставки
	увеличение норм обязательных резервов
	повышение налоговой ставки
	эмиссия облигаций

Задание

Порядковый номер задания	13
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие регулятивных мер, субъектов и целей:	
Сокращение кредитования коммерческих банков	ЦБ, для уменьшения количества денег
Отмена налоговых льгот	Минфин, для уменьшения количества денег
Понижение ключевой ставки	ЦБ, для повышения количества денег
Увеличение бюджетного субсидирования	Минфин, для увеличения количества денег

Задание

Порядковый номер задания	14

Тип	1
Вес	1

Назовите виды денег.	
	Бумажные, кредитные
	Полноценные, неполноценные
	Наличные, безналичные, электронные
	Банкноты, монеты

Задание

Порядковый номер задания	15
Тип	1
Вес	1

Уровень обслуживания, которым клиент будет удовлетворён, – это зона	
	толерантности
	инновационности
	надежности
	верифицируемости

Задание

Порядковый номер задания	16
Тип	5
Вес	1

Расположите клиентов банка от наиболее многочисленной группы к наименее многочисленной:
Адаптеры
Последователи
Консерваторы
Новаторы

Задание

Порядковый номер задания	17
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие этапов жизненного цикла банковского продукта и характеристик:	
Внедрение	низкие объемы продаж, часто отрицательные финансовые результаты, неизвестность продукта для потребителя
Рост	усиление конкуренции, снижение цен на продукты, рост продаж
Зрелость	замедление роста продаж, спад конкуренции, стабильное продвижение на фоне снижения прибыли
Спад	резкое уменьшение объема продаж, постоянное снижение прибылей

Задание

Порядковый номер задания	18
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие этапов жизненного цикла банковского продукта и маркетинговых целей:	
Внедрение	модификация знакомой услуги
Рост	расширение сбыта и ассортиментных групп

Зрелость	сохранение отличительного преимущества
Спад	удалить продукт из ассортимента

Задание

Порядковый номер задания	19
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Эффективность банковского маркетинга находится в зависимости от жизненного цикла продукта и его модификации. Б) Частные клиенты могут совершать покупку банковских продуктов по мотивам функциональной потребности, моды, создания имиджа.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Ценовая политика и продуктовая линейка банка

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	20
Тип	4
Вес	1

Количественное выражение стоимости банковского продукта, выступающее как результат соглашения покупателя и банка исходя из спроса и предложения его на рынке - это _____ банковского продукта.
цена

Задание

Порядковый номер задания	21
Тип	4
Вес	1

Продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость, - это
демпинг

Задание

Порядковый номер задания	22
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Цены, устанавливаемые на банковские продукты или услуги, должны быть такими, чтобы обеспечить поступление достаточных доходов, покрывающих все издержки и приносящих прибыль. Б) Стратегия расширения рынка за счет внедрения новых продуктов не может быть связана с использованием цен, не покрывающих текущие затраты на уровне базовых.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	23
Тип	5
Вес	1

Расположите этапы разработки и реализации ценовой политики банка на рынке:
формулирование целей ценообразования
разработка общей политики ценообразования
выбор конкурентной ценовой стратегии
реализация ценовой стратегии
маневрирование ценами

Задание

Порядковый номер задания	24
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие элементов и ценностей потребителя:	
Элементы самовыражения	благотворительность
Элементы, изменяющие жизнь	инвестиции в будущее
Эмоциональные элементы	бонус
Функциональные элементы	простота

Задание

Порядковый номер задания	25
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Развитие продаж банковских продуктов с короткой «продолжительностью жизни» перспективно до тех пор, пока обеспечиваются необходимые для конкурентоспособности условия неэластичности. Б) Банк может без потери клиентов увеличить цену некоторых услуг, предоставив клиентам дополнительные услуги.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	26
Тип	1
Вес	1

Ценовая стратегия, предусматривающая продажу банковского продукта (услуги) первоначально по очень высоким ценам, значительно превышающим цены производства, а затем постепенное их снижение, - это стратегия	
	«снятия сливок»
	прорыва на рынок
	ценового лидера
	дифференцированных цен

Задание

Порядковый номер задания	27
Тип	1
Вес	1

При легко сегментируемом рынке и высокой интенсивности спроса, невозможности продажи конкурентами банковских продуктов (услуг) по низким ценам в сегментах, реализующих банковские продукты (услуги) по высоким ценам, предпочтительная ценовая стратегия	
	дифференцированных цен
	«снятия сливок»
	прорыва на рынок
	ценового лидера

Задание

Порядковый номер задания	28
Тип	1
Вес	1

Продажи комплекса банковских услуг клиентам банка по единому тарифу - это _____ продажи.	
	пакетные
	инсайдерские
	инклюзивные
	дифференцированные

Задание

Порядковый номер задания	29
Тип	1
Вес	1

Для структуризации продуктовой линейки банка используют многомерную классификацию _____ способом.	
	иерархическим
	интегральным
	предельным
	подстановочным

Задание

Порядковый номер задания	30
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Степень сложности услуги относится к основным показателям, характеризующим продуктовую линейку банка. Б) Клиентский сегмент и география услуги – все характеристики продуктовой линейки банка.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	31
Тип	2
Вес	1

Постоянные параметры продуктовых технологий банка:	
	методы программирования и инструменты выполнения операций по счетам

	план счетов
	документальное оформление сделки
	способы оценки рисков и принятия решений
	методы тарификации, начисления и взимания вознаграждения

Задание

Порядковый номер задания	32
Тип	1
Вес	1

Банковский продукт, формирующий собственный рынок не существовавшей прежде банковской услуги, - это _____ продукт.	
	новый банковский
	инновационный банковский
	модернизированный банковский
	рестайлинговый банковский

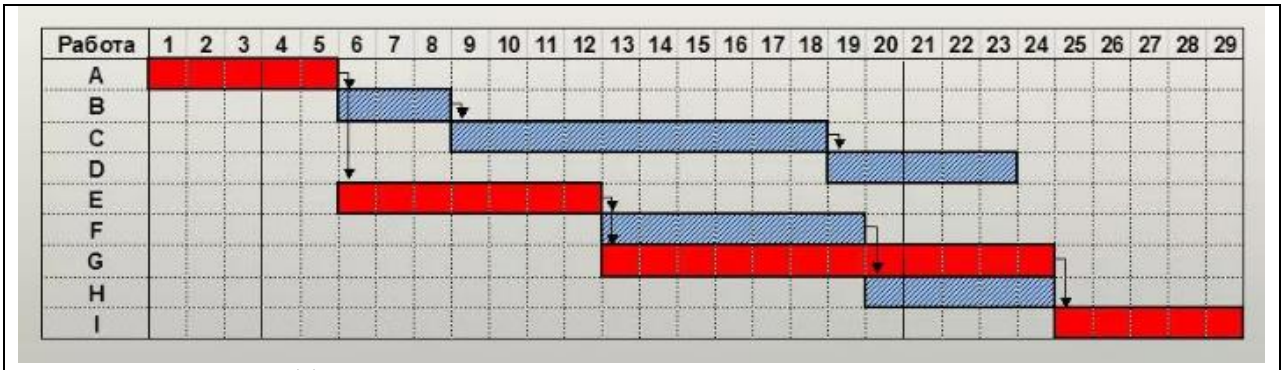
Задание

Порядковый номер задания	33
Тип	1
Вес	1

Подробные структурированные описания важнейших атрибутов (показателей) банковских продуктов - _____ продуктов коммерческого банка.	
	паспорта
	свидетельства
	удостоверения
	дипломы

Задание

Порядковый номер задания	34
Тип	1
Вес	1



На рисунке показан(а)	
	график Ганта
	диаграмма Исикавы
	блок-схема
	гистограмма

Бренд банка. Конкурентные преимущества банка

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	35
Тип	4
Вес	1

Уникальный и привлекательный для потребителя образ торговой марки банка - это
бренд

Задание

Порядковый номер задания	36
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Приблизительная информация относительно предпочтений покупателей – это условие создания успешной концепции брендинга. Б) Для эффективной маркетинговой деятельности банка ему необходимо разработать иррациональную товарную политику.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	37
Тип	2
Вес	1

Преимущества банковского бренда:	
	оптимизация ассортимента банковских продуктов
	повышение лояльности клиентов банка
	снижение рисков ликвидности
	минимизация процентных ставок при адресном размещении ресурсов
	повышение издержек на оплату труда

Задание

Порядковый номер задания	38
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие элементов бренда:	
HSBC	нейм
СБЕР	логотип
The world’s local bank	слоган
Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты	миссия
Я – лидер, Мы – команда, Все – для клиента	ценности

Задание

Порядковый номер задания	39
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Сбербанк и Альфа-Банк – прямые конкуренты. Б) Банк ВТБ и ПИФ «Норд-Вест Капитал» - непрямые конкуренты.	
	А – да, Б – да

	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	40
Тип	2
Вес	1

Доходные методы оценки банковского бренда:	
	метод ценовой премии
	анализ драйверов спроса и силы бренда
	метод сравнения продаж
	метод оценки стоимости рекламы
	метод остаточной вмененной стоимости

Задание

Порядковый номер задания	41
Тип	2
Вес	1

Внешние драйверы спроса на банковские услуги:	
	рост и сохранение численности клиентов банка
	структура контингента банка
	страна происхождения банковского бренда
	масштабность периферийной сети
	доступность банковских услуг

Задание

Порядковый номер задания	42
Тип	1
Вес	1

На рисунке показан(а)

	карта восприятия банковских брендов
	график Ганта
	диаграмма Исикавы
	пирамида Маслоу

Задание

Порядковый номер задания	43
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Позиционирование бренда проводится с учетом востребованности, доверия, отличий и эластичности. Б) На восприятие банковских продуктов потребителем значительное влияние оказывает степень информированности об этих продуктах.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	44
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие слоганов и компаний:	
Мы гордимся своими финансовыми показателями	финансовые организации
Мы гордимся своими достижениями	IT-компании
Мы гордимся своим руководителем	Microsoft
Мы гордимся своей продукцией	Nestle

Задание

Порядковый номер задания	45
Тип	1
Вес	1

Ключевой современный канал продвижения банковских брендов - это	
	соцсети
	сайты
	телевидение
	радио

Задание

Порядковый номер задания	46
Тип	4
Вес	1

Изменение только фирменного стиля бренда, которое не затрагивает философии и позиционирования компании или продукта, - это
рестайлинг

Задание

Порядковый номер задания	47
Тип	1
Вес	1

III сектор матрицы рестайлинга соответствует

	молодой целевой аудитории, ориентированной на статус
	молодой целевой аудитории, ориентированной на новый дизайн продукции
	зрелой аудитории, ориентированной на сохранение ценностей
	зрелой консервативной аудитории

Задание

Порядковый номер задания	48
Тип	1
Вес	1

Конкуренция на банковском рынке - это	
	Олигополистическая конкуренция с конкурентным окружением
	монополия с конкурентным окружением
	совершенная конкуренция
	монополистическая конкуренция
	монопсоническая с конкурентным окружением

Задание

Порядковый номер задания	49
Тип	4
Вес	1

Конкуренция, при которой соблюдаются правовые и этические нормы взаимоотношений с соперниками, - это _____ конкуренция.
добросовестная

Продажа банковских продуктов и услуг

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	50
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Дистрибьютор – фирма или предприниматель, осуществляющие оптовую закупку определенных товаров у крупных производителей с целью последующего сбыта этих товаров розничным продавцам на региональных рынках. Б) Обмен товара или услуги на деньги, подтвержденный чеком продажи, актом выполненных работ, накладной передачи товара, - это торговля.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	51
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Активная продажа	продажа, при которой менеджер по продажам инициирует контакт
Личная продажа	продажа, при которой и продавец, и покупатель являются физическими лицами и при совершении сделки общаются непосредственно
Простая продажа	продажа, оформляемая минимумом актов коммуникации между сторонами
High tech-продажа	продажа, подразумевающая высокую осведомленность покупателя и продавца об особенностях сложного объекта продажи, способность сторон дать и получить высококвалифицированную консультацию

Задание

Порядковый номер задания	52
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
Пассивная продажа	продажа, при которой клиент сам находит продавца и обращается к нем
Безличная продажа	продажа, при которой продавец не принимает участия в коммуникации с клиентами (интернет-магазин, торговые автоматы, магазины самообслуживания и т.п.)
Комплексная продажа	продажа, представленная длительным циклом, состоящим из процесса обдумывания, обсуждения, принятия решения, с вовлечением дополнительных лиц
Каскадная продажа	продажа, этапы которой разделяются между различными исполнителями (call-менеджер обзванивает клиентов, менеджер по продажам проводит встречу, специалисты готовят товар, кассир принимает деньги, транспортный отдел обеспечивает доставку)

Задание

Порядковый номер задания	53
Тип	2
Вес	1

Виды продаж по характеристике процесса сделки:	
	простая
	комплексная
	каскадная
	прямая
	непрямая

Задание

Порядковый номер задания	54
Тип	1
Вес	1

Сделки между бизнесменом и потребителем - это	
	B2C
	B2B

	B2G
	C2B
	C2C

Задание

Порядковый номер задания	55
Тип	4
Вес	1

Реализация определенного права - это
франшиза

Задание

Порядковый номер задания	56
Тип	1
Вес	1

От заключения сделки до получения определенного блага от банковской сделки – это _____ стадия продажи банковских продуктов.	
	эксплуатационная
	предварительная
	заключительная
	итоговая
	мидл
	фронт
	бэк

Задание

Порядковый номер задания	57
Тип	1
Вес	1

Banki.ru – это	
	финансовый супремаркет
	финансовый бутик
	POS
	Private Banking

Задание

Порядковый номер задания	58
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Индивидуальные продажи, предполагающие поиск определенных групп клиентов и эксклюзивных форм обслуживания, - это финансовый супермаркет. Б) Каналы дистанционного сбыта реализовывают процесс обслуживания клиента «на расстоянии» после его идентификации, без прямого контакта с работниками банковской структуры.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	59
Тип	2

Вес	1

Каналы дистанционного сбыта позволяют банкам:	
	формировать и поддерживать на необходимом уровне целевую аудиторию
	формировать комплекс эффективных коммуникаций
	привлекать новых клиентов в финансовые сервисы
	сокращать номенклатурный ряд
	ослаблять свои позиции на рынке

Задание

Порядковый номер задания	60
Тип	1
Вес	1

Продажа, предполагающая рассмотрение имеющихся в наличии продуктов как отдельных позиций каталога взаимосвязанных услуг и позволяющая определить и сформировать набор продуктов, которые полностью удовлетворяли бы потребности клиента, гарантируя этим наилучшее взаимодействие с ним, - это _____ продажа.	
	пакетная
	единичная
	активная
	каскадная

Задание

Порядковый номер задания	61
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к текущему счету при пакетировании банковских продуктов:	
	дебетовая карта
	система ускоренных денежных переводов
	кредитная карта
	доверительное управление

Задание

Порядковый номер задания	62
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к депозиту и ценным бумагам при пакетировании банковских продуктов:	
	депозитарные операции
	формирование инвестиционного портфеля
	доверительное управление средствами клиента
	дебетовая карта
	автоплатеж

Задание

Порядковый номер задания	63
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к ссуде при пакетировании банковских продуктов:	
	кредитный брокер
	страхование ссуды
	формирование инвестиционного портфеля

	депозитарные операции

Задание

Порядковый номер задания	64
Тип	2
Вес	1

Дополнительные продукты к расчетам и переводам при пакетировании банковских продуктов:	
	совмещение платежной и транспортной функции на одной карте
	страхование средств на карте
	мобильный банк
	аренда сейфовых ячеек

Задание

Порядковый номер задания	65
Тип	1
Вес	1

Предложение клиенту сопутствующих продуктов - это	
	Cross-selling
	Up-selling
	Down-selling
	перекрестная продажа

Задание

Порядковый номер задания	66
Тип	1
Вес	1

Продажа в кредит бытовой техники в магазине «Эльдорадо» - это	
	POS-кредитование
	CSI-кредитование
	Direct-mail
	NPS-кредитование

Задание

Порядковый номер задания	67
Тип	1
Вес	1

Подразделение банка, непосредственно общающееся с клиентами и имеющее отношение к продажам и маркетингу, - это	
	фронт-офис
	мидл-офис
	бэк-офис
	ладж-офис
	смол-офис

Задание

Порядковый номер задания	68
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы продаж банковского продукта:
установление контакта
выявление потребностей

презентация продукта
работа с возражениями
завершение сделки

Задание

Порядковый номер задания	69
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы принятия решения покупателем:
осознание проблемы и потребности
поиск информации по решению проблемы
оценка существующих вариантов
решение о покупке
реакция на покупку

Задание

Порядковый номер задания	70
Тип	1
Вес	1

Наиболее часто задаваемые вопросы - это	
	FAQ
	Лид
	Лендинг
	POS
	Аватар

Задание

Порядковый номер задания	71
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) При решении задачи у клиента может случиться «аналитический паралич». Б) Эффективность продаж – отношение дополнительных продаж банковского продукта, получаемого за счет улучшения обслуживания клиентов, к расходам на проведение соответствующих мероприятий.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	72
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие возражений клиентов и ответов менеджера:	
Я вас прекрасно понимаю. Большинству наших покупателей требуется время на принятие решения. Может ли быть, что вас волнует вопрос цены, сроки обслуживания или содержание услуги?	Я подумаю
Я понимаю вашу занятость – много дел, суета. У всех бывают такие ситуации. Скажите, когда мне лучше перезвонить, чтобы вам было удобнее общаться. Может позвонить завтра или в пятницу? Просто хочу сформировать для вас выгодное предложение,	Нет времени

поэтому нужно уточнить ряд нюансов о том, что…	
Хорошо, я просто хотел сформировать для вашего начальника/руководителя выгодное предложение. Для этого планировал уточнить некоторые нюансы и вопросы о работе вашей компании. Может быть, у вас есть возможность проконсультировать меня по некоторым вопросам? Скажите, пожалуйста…	Нет на месте
Да, я понимаю, хорошо. Но наше предложение составляется индивидуально для каждой компании, чтобы идеально соответствовать её потребностям и предпочтениям. Поэтому, чтобы отправить вам выгодное предложение по почте, мне нужно уточнить некоторые нюансы. Скажите, пожалуйста…	Отправьте на e-mail

Продвижение банковских продуктов

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	73
Тип	1
Вес	1

Маркетинговая деятельность, направленная на распространение заведомо оплаченной информации для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж, - это	
	реклама
	пиар
	пропаганда
	стимулирование сбыта
	прямой маркетинг

Задание

Порядковый номер задания	74
Тип	1
Вес	1

Реклама, знакомящая с банком и сферой его деятельности, - это _____ реклама.	
	информативная
	экспансированная
	напоминающая
	сравнительная

Задание

Порядковый номер задания	75
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) На сохранение своей клиентуры нацелена экспансированная реклама. Б) Напоминающая реклама знакомит с банком и сферой его деятельности.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	76
Тип	6

Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Психологическая функция рекламы обусловлена тем, что реклама является сильнейшим средством воздействия на процесс принятия решения о приобретении банковских продуктов. Б) Коммуникативная функция рекламы выражается в предоставлении потенциальным потребителям исчерпывающей информации о комплексе проблем, решаемых услугой, ее свойствах и качестве.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	77
Тип	2
Вес	1

Рекламные BTL-технологии:	
	прямой маркетинг
	стимулирование сбыта
	событийный маркетинг
	реклама на ТВ
	газетные объявления

Задание

Порядковый номер задания	78
Тип	1
Вес	1

Персональные продажи, скидки постоянным клиентам, денежные премии лучшим агентам по продажам – это мероприятия	
	стимулирования сбыта
	рекламы
	пропаганды
	благотворительности
	пиара

Задание

Порядковый номер задания	79
Тип	5
Вес	1

Расположите в правильной последовательности этапы стимулирования сбыта:
постановка задач стимулирования сбыта
выбор средств стимулирования сбыта
разработка программы стимулирования сбыта
оценка результатов стимулирования сбыта

Задание

Порядковый номер задания	80
Тип	2
Вес	1

Мероприятия прямого маркетинга:

	почтовые рассылки
	холодные звонки
	телевизионный маркетинг
	SMS-рассылки

Задание

Порядковый номер задания	81
Тип	4
Вес	1

Установление связей с должностным лицом и ведение закрытых переговоров от имени другой стороны с намерением повлиять на принятие выгодных официальных решений - это
лоббирование

Задание

Порядковый номер задания	82
Тип	1
Вес	1

Управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации, - это	
	пиар
	Media Relations
	реклама
	стимулирование сбыта

Задание

Порядковый номер задания	83
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
PR	связи с общественностью
GR	связи с государственными органами
IR	связи с инвесторами
MR	связи со СМИ

Задание

Порядковый номер задания	84
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Взыскатель не может предъявить исполнительный лист в банк на обращение взыскания на денежные средства. Б) Государственные органы могут потребовать от банка наложить арест на счета.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Задание

Порядковый номер задания	85
Тип	6
Вес	1

Верны ли данные утверждения? А) Единственная цель банковского спонсоринга – создание себе имиджа. Б) От умения агента по продажам понимать невербальные средства коммуникации зависит успешность коммуникаций.	
	А – да, Б – да
	А – да, Б – нет
	А – нет, Б – да
	А – нет, Б – нет

Взаимодействие банка с клиентами

Тип	Группа
Вес	12

Задание

Порядковый номер задания	86
Тип	1
Вес	1

По правовому статусу клиенты делятся на	
	юридических и физических лиц
	реальных и потенциальных клиентов
	крупных, средних и малых клиентов
	старых и новых клиентов

Задание

Порядковый номер задания	87
Тип	4
Вес	1

Банки делят клиентов по кредитоспособности на ____ классов. В ответе укажите число цифрами.
5

Задание

Порядковый номер задания	88
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	доминирование
I	влияние
S	стабильность
C	соответствие

Задание

Порядковый номер задания	89
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	красный
I	желтый
S	зеленый
C	синий

Задание

Порядковый номер задания	90

Тип	1
Вес	1

Аналитический стиль общения характерен для человека типа ___ по модели DISC.	
	C
	S
	D
	I

Задание

Порядковый номер задания	91
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие в модели DISC:	
D	ведущий стиль общения
I	экспрессивный стиль общения
S	мягкий стиль общения
C	аналитический стиль общения

Задание

Порядковый номер задания	92
Тип	2
Вес	1

Принципы взаимоотношений банка и клиента:	
	взаимной заинтересованности
	ответственности
	дифференцированности
	снижения ликвидности
	вмешательства

Задание

Порядковый номер задания	93
Тип	4
Вес	1

Система вознаграждения и поощрения существующих клиентов, которая позволяет удерживать их, развивать повторные продажи и повышать уровень _____ - это программа _____.
лояльности

Задание

Порядковый номер задания	94
Тип	2
Вес	1

Программа лояльности помогает банку:	
	собрать качественную базу адресов
	получить информацию о поведении клиентов
	удержать клиентов, приносящих наибольшую прибыль
	снизить доверие к бренду и осведомленность о нем
	повысить расходы на маркетинг за счет персональных предложений

Задание

Порядковый номер задания	95
Тип	1

Вес	1

Самые простые программы лояльности - это	
	дисконтные
	бонусные
	многоуровневые
	кешбэк

Задание

Порядковый номер задания	96
Тип	1
Вес	1

Простой и понятный принцип программы лояльности, «справедливые скидки», есть мотивация совершать покупки, разная степень поощрения клиентов, сгораемые скидки, сложности внедрения – особенности _____ программ лояльности.	
	многоуровневых
	дисконтных
	бонусных
	партнерских

Задание

Порядковый номер задания	97
Тип	3
Вес	1

[1] – скидка в виде возврата части стоимости покупки на карту. Включив в эту программу [2] нескольких партнеров, ее можно сделать [3]. Также она легко поддается [4]. Установите соответствие:	
1	кешбэк
2	лояльность
3	партнерская
4	геймификация

Задание

Порядковый номер задания	98
Тип	3
Вес	1

Установите соответствие:	
CSI	индекс удовлетворенности клиента
CR	индекс оттока пользователей
NPS	индекс готовность рекомендовать
LTV	индекс полученной ценности