



ТВЕРЖДАЮ

Директор

В. Березовская

« 30 » *сентября* 2017 г.

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15 Организация продажи банковских продуктов (практикум)

Цель изучения учебной дисциплины: решение ситуационных задач и принятие решений в процессе деловых игр по вопросам получения банковского кредита, оформлении депозита, выбора условий проведения операций с дорожными чеками, сертификатами, выбора стратегии кредитной организации, определения финансовых целей деятельности банка; решении задач на развитие навыков аналитического и креативного мышления.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- организацию процесса продаж в банках;
- этапы продаж банковских продуктов и услуг;
- основные каналы продвижения банковских продуктов и услуг;
- каналы и методы привлечения клиентов в банк;
- основные требования к качеству обслуживания клиентов банка;
- принципы и правила установления контактов с клиентами;
- психологические типы клиентов;
- способы выявления потребностей клиентов;
- правила подготовки и проведения эффективной презентации;
- приемы и методы работы с возражениями;
- приемы и методы послепродажного сопровождения клиентов;
- правила поведения в конфликтных ситуациях.

Содержание дисциплины:

Методы эффективной продажи банковского продукта. Принципы и правила установления контакта с клиентом. Самопредъявление и реализация имиджа банка. Построение доверия как фундамента переговоров. Составляющие первого впечатления. Три основных аспекта в привлечении внимания собеседника. Факторы благорасположения. Привлечение внимания к продукту: способы и методы. Формирование интереса к продукту. Выяснение потребности клиента. Методы диагностики. Вопросные технологии. Психологические типы клиентов. Баланс вопросов, ведение клиента как средство раскрытия клиента, контроля над переговорами. Коммуникативные приемы слушания. Техника активного слушания, резюмирование. Соотношение эмоционального и рационального в переговорах о продаже банковского продукта. Презентация банковского продукта.

Язык клиента. Язык пользы и использование ключевых слов клиента как залог убедительности предложения.

Формируемые компетенции: ОК 1-10, ПК 1.1 - 1.6, ПК 2.1 - ПК 2.5.

Продолжительность обучения: максимальная учебная нагрузка обучающегося 200 ч., в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки 134 ч., самостоятельной работы 66 ч.

Текущий контроль в течение семестра.

Итоговый контроль: зачет, экзамен.

Основные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) (ред. От 09.04.2009).

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ (принят ГД ФС РФ 20.12.2001).

3. Федеральный закон от 10.07.2002 №86-ФЗ (ред. От 30.12.2008) «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (принят ГД ФС РФ 27.06.2002) (с изм. и доп., вступающими в силу с 10.01.2009).

4. Федеральный закон от 02.12.1990 №395-1 (ред. от 28.04.2009, с изм. от 03.06.2009) «О банках и банковской деятельности».

5. <http://www.labirint.ru> [Электронный ресурс]: Иллюстрации Банковское дело. Практикум (Учебное пособие).

6. <http://msk.treko.ru>. [Электронный ресурс]: Продажа банковских продуктов.

7. <http://www.pandia.ru>. [Электронный ресурс]: Продажа банковских продуктов. «Управление банковским продуктом: разработка и организация продаж».

8. Печникова А.В., Маркова о.М., Стародубцева Е.Б. Банковские операции: учебник - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М., 2009. – 352 с. (Профессиональное образование).

9. Теплухин А.В. Библия продаж. – М: Астрель, 2013. – 31 с.

10. Тургунов М. А. Продажи невидимого. Продавать услуги легко, если знать как. - Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 253 с.

11. Назаров А.В., Будовская О.А. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает. - Санкт-Петербург: Питер; 2014. – 32 с.

12. Кусакин И.А. Эффективность продающего. - М.: Альпина Паблишер, 2014. – 35 с.

13. Каджаева М.Р. Банковские операции: практикум. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 288 с.

14. Коваленко С.Б. Банковское дело: сборник тестов: учеб. - метод. пособие – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М., 2010. – 160 с.