

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФАЭС ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.08.2023 14:53:49

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b41fdeb4e0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

### **АННОТАЦИЯ**

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

**Специальность** 38.02.07 Банковское дело

Квалификация (степень) выпускника специалист банковского дела

Самара 2023

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **«ПМ. 03 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»**

### **1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.07 Банковское дело и Перечнем профессий рабочих, должностей служащих, рекомендуемых к освоению в рамках ОП СПО по данной специальности в составе профессионального модуля ПМ.03 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» студенты осваивают должность служащего 20002 Агент банка.

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности ПМ.03 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

#### **1.1.1. Перечень общих компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
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

#### **1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
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

<b>Код</b>	<b>Наименование дополнительной профессиональной компетенции</b>
ДПК 3.1.	Выполнение работ агента банка

#### **1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:**

Иметь практический опыт	консультирования клиентов по банковским продуктам и услугам
уметь	- осуществлять поиск информации о состоянии рынка

	<p>банковских продуктов и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк;</li> <li>- выявлять потребности клиентов;</li> <li>- определять преимущества банковских продуктов для клиентов;</li> <li>- ориентироваться в продуктовой линейке банка;</li> <li>- консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка;</li> <li>- консультировать клиентов по тарифам банка;</li> <li>- выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка;</li> <li>- формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;</li> <li>- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</li> <li>- переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка;</li> <li>- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- осуществлять обмен опытом с коллегами;</li> <li>- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;</li> <li>- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.</li> </ul>
<p>знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определения банковской операции, банковской услуги и банковского продукта;</li> <li>- классификацию банковских операций;</li> <li>- особенности банковских услуг и их классификацию;</li> <li>- параметры и критерии качества банковских услуг;</li> <li>- понятие жизненного цикла банковского продукта и его этапы;</li> <li>- структуру цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке;</li> <li>- определение ценовой политики банка, ее объекты и типы;</li> <li>- понятие продуктовой линейки банка и ее структуру;</li> <li>- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;</li> <li>- основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;</li> <li>- организационно-управленческую структуру банка;</li> <li>- составляющие успешного банковского бренда;</li> <li>- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;</li> <li>- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;</li> <li>- особенности продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- основные формы продаж банковских продуктов;</li> <li>- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- условия успешной продажи банковского продукта;</li> <li>- этапы продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;</li> <li>- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;</li> <li>- способы продвижения банковских продуктов;</li> <li>- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>- принципы взаимоотношений банка с клиентами;</li> <li>- психологические типы клиентов;</li> <li>- приёмы коммуникации;</li> <li>- способы выявления потребностей клиентов;</li> <li>- каналы для выявления потенциальных клиентов.</li> </ul>
--	--

**1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля «ПМ. 03  
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»  
(4 семестр)**

Всего часов - 242 академических часов (далее – часа(ов)), (4 семестр)

из них на освоение МДК – 86 часа:

В том числе:

общей учебной нагрузки обучающегося – 86 часа;

аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 6 часов;

консультации – 6 часа;

промежуточной аттестации – 6 часов.

**УП.03.01 Учебная практика – 72 часа (4 семестр)**

**ПП.03.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 72 часа  
(4 семестр)**

**ПМ.03.ЭК Экзамен квалификационный – 12 часов (4 семестр)**

## 2. Структура и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.					
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК			Практики		
			Всего	В том числе		Учебная	Производственная	
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОК 01 – ОК 05, ОК 09 - ОК11. ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 1.6, ПК 2.2.	Раздел 1. Банковские продукты и услуги	39	36	20	-	-	-	3
ОК 01 – ОК 05, ОК 09 - ОК11. ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 1.6, ПК 2.2.	Раздел 2. Продажа и продвижение банковских продуктов и услуг	47	32	18	-	-	-	3
ОК 01 – ОК 05, ОК 09 - ОК11. ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 1.6, ПК 2.2.	Учебная практика, часов	72				72		
ОК 01 – ОК 05, ОК 09 - ОК11. ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 1.6, ПК 2.2.	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72					72	
	Экзамен квалификационный	12	-	-	-	-	-	-
	<b>Всего:</b>	<b>214</b>	<b>68</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>6</b>

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

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем в часах
1	2	3
<b>Раздел 1. Банковские продукты и услуги</b>		<b>39</b>
<b>МДК. 03.01 Выполнение работ по профессии «Агент банка»</b>		<b>39</b>
<b>Тема 1.1. Банковская триада. Качество банковских услуг.</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>Теоретическое обучение</b></p> <p><b>1.</b> 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.</p> <p><b>2.</b> Особенности банковских услуг. Базовые: неосвязаемость, 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.</p> <p><b>3.</b> Качество банковских услуг. Ожидание и восприятие качества обслуживания клиентом. Параметры качества банковских услуг. Критерии качества банковской услуги. Продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности.</p> <p><b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b></p> <p><b>1. Практическое занятие «Решение ситуационных задач по выявлению мнений клиентов о качестве банковских услуг»</b>          Кейс «Удовлетворенность клиентов банковским обслуживанием снизилась, число претензий растет».          Кейс «Персональный подход: какой сервис хотят клиенты».</p>	<p><b>10</b></p> <p><b>6</b></p> <p><b>2</b></p> <p><b>2</b></p> <p><b>2</b></p> <p><b>4</b></p> <p><b>4</b></p>
<b>Тема 1.2. Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке.</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>Теоретическое обучение</b></p>	<p><b>8</b></p> <p><b>4</b></p>

	1. Понятие жизненного цикла банковского продукта. Этапы жизненного цикла банковского продукта.	2
	2. Понятие цены на банковский продукт. Особенности ценообразования в банке. Ценовая политика. Тарифы на банковские услуги.	2
	<b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. <b>Практическое занятие</b> «Консультирование клиентов по тарифам банка». Кейс «Проблемы ценообразования в банках». Практическое задание на определение ценовой политики банка.	4
<b>Тема 1.3 Продуктовая линейка банка</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	<b>6</b>
	1. Понятие продуктовой линейки. Иерархический метод классификации банковских услуг. Основные критерии классификации банковских услуг. Показатели, характеризующие продуктовую линейку банка. Система управления продуктами коммерческого банка.	2
	2. 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..	4
	<b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	1. <b>Практическое занятие</b> «Консультирование по выбору банковских продуктов для корпоративных клиентов» Кейс «Стандартный набор банковских продуктов для основных сегментов рынка корпоративных клиентов».	2
	3. <b>Практическое занятие</b> «Консультирование потенциальных клиентов по выбору банковских продуктов для детей и молодежи». Кейс 1. «Недетская выгода банковских продуктов для детей и молодежи». Кейс 2. «Что хочет от банков поколение миллениум».	2
<b>Тема 1.4 Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	<b>-</b>
	1. Организационно-управленческая структура банка. 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.	
	2. Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка. Факторы, определяющие банковскую конкуренцию. Виды банковских рейтингов.	
	<b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>

	<p><b>1. Практическое занятие «Формирование положительного мнения у потенциальных клиентов о деловой репутации банка».</b>          Кейс 1. «Запоминающийся образ банка».          Кейс 2. «Сила банковского бренда».          Практическое задание «Анализ рейтингов банка по данным различных агентств».          Практическое задание «Оценка конкурентной позиции банка на рынке банковских продуктов»</p>	4
	<p><b>2. Практическое занятие «Поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг».</b></p>	4
<p><b>Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</b></p>		
	<p>1. Работа с сайтом АРБ (<a href="http://arb.ru/">http://arb.ru/</a>) –определение качества банковского продукта в соответствии со Стандартом качества вкладов физических лиц.          2. Работа с официальным сайтом исследуемого банка: ознакомление с тарифами на банковские услуги.          3. Работа с интернет-ресурсами (официальные сайты исследуемых банков): изучение продуктовой линейки.          4. Работа с интернет-ресурсами (официальные сайты исследуемых банков): ознакомление с организационной структурой банка, его логотипом, слоганом, миссией, ценностями банка, его лицензиями, составом акционеров, историей развития.          5. Работа с интернет-ресурсами (официальные сайты рейтинговых агентств): сравнение рейтинга исследуемого банка по данным различных рейтинговых агентств.          6. Написание докладов</p>	3
<p><b>Учебная практика раздела 1</b>  <b>Виды работ</b></p>		
	<p>1. Урок-экскурсия в банк.          2. Занятия в лаборатории «Учебный банк».</p> <p>Тематика занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Написание эссе по теме «Роль бренда в продвижении банковских продуктов».</li> <li>• Анализ корпоративных стандартов обслуживания клиентов.</li> <li>• Изучение Кодекса корпоративной этики кредитной организации.</li> <li>• Изучение политики банка в области корпоративной социальной ответственности.</li> <li>• Изучение стратегии развития банка.</li> <li>• Изучение модели компетенций сотрудников банка.</li> <li>• Изучение системы оценки результатов деятельности сотрудников.</li> <li>• Изучение системы оценки качества обслуживания клиентов.</li> </ul>	36
<p><b>Раздел 2. Продажа и продвижение банковских продуктов и услуг</b></p>		
<p><b>МДК. 03.01 Выполнение работ по профессии «Агент банка»</b></p>		
<p><b>Тема 2.1 Виды каналов продаж банковских продуктов</b></p>	<p><b>Содержание</b></p>	12
	<p><b>Теоретическое обучение</b></p>	6
	<p>1. Понятие «продажа». Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы</p>	2

	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. Стратегия пакетирования банковских продуктов. Примеры традиционного пакетирования банковских продуктов. Прямая продажа (directselling). POS-кредитование (POS — Point Of Sale). Кредитование покупок через интернет. Электронные каналы продаж банковских продуктов. Преимуществами системы Интернет-банкинга для клиента и для банка. Система «Мобильный банк».	
	2. 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.	2
	3. 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 услугу.	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>1. Практическое занятие</b> «Выбор схем обслуживания, выгодных для клиента и банка». Практическое задание «Первый звонок» Кейс «Private banking -сервис мирового уровня».	6
<b>Тема 2.2. Продвижение банковских продуктов</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	<b>2</b>
	1. Понятие продвижения банковских продуктов. Коммуникативные связи банка с рынком. Элементы комплекса продвижения. Мотивационные факторы частных и корпоративных клиентов банка. Способы продвижения банковских продуктов. Банковская реклама и связи с общественностью. Имиджевая реклама или брендинг. Продуктовая реклама или стимулирование сбыта. Формирование общественного мнения (Public Relation). Поддержание связи с органами власти (Government Relations). Спонсоринг, выставки, product placement (реклама в неявной форме). Связи с инвесторами или IR (Invest Relations). Связи со СМИ или MR (Media Relations).	1
	2. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг.	1
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	1. <b>Практическое занятие</b> «Организация и проведение презентаций банковских продуктов и услуг»	4
	2. <b>Практическое занятие</b> «Использование различных форм продвижения банковских продуктов» Кейс «Банковская реклама»	4

	Практическое задание «Реклама для VIP-клиентов банка». Практическое задание «Рекламируем наш банк». Кейс «Работа банков в социальных сетях». Кейс «Благотворительность».	
<b>Тема 2.3 Формирование клиентской базы</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	<b>6</b>
	<b>1.</b> Понятие и признаки клиента банка. Классификация клиентов банка. Психологические типы клиентов.	<b>2</b>
	<b>2.</b> 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.	<b>2</b>
	<b>3.</b> Каналы для выявления потенциальных клиентов. Приёмы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам.	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>1. Практическое занятие «Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов».</b>	<b>4</b>
<b>Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела № 2.</b>		
1. Подготовка презентаций на темы: - Перекрестные продажи cross-sales. - Финансовый супермаркет- розничные продажи типовых услуг. - Финансовый бутик Private banking. - Стратегия пакетирования банковских продуктов. - Элементы стратегии продаж внутри банка. - Фронт-офис продаж банка. - Персональные продажи. - Имиджевая реклама. - Прямая (ATL) и косвенная (BTL) реклама. - Реклама в прессе. - Радио и телереклама. - Спонсоринг. - Продакт-плейсмент. - Паблик рилейшнз (PR). - Медиа – рилайшенз. - Government Relations.		<b>3</b>

<p>- Основные особенности маркетинга взаимоотношений.  - Преимущества лояльного клиента.  - CRM – система.  - Процесс формирования лояльности клиентов.  - Кобрендинговые программы лояльности клиентов.  2. Самостоятельное изучение вопросов «Обеспечение защиты прав и интересов клиентов», «Банковская тайна», «Ответственность банка в случае причинения ущерба интересам клиентов».  3. Написание докладов</p>	
<p><b>Учебная практика раздела № 2</b>  <b>Виды работ</b>  1. Занятия в лаборатории «Учебный банк»  Тематика занятий:  1.1. Самотестирование «Коммуникабельны ли Вы», «Умеете ли вы вести позитивный диалог».  1.2. Групповое обсуждение темы «Нужна ли культура речи банковскому агенту».  1.3. Тренинги «Деловой этикет», «Деловое общение по телефону».  1.4. Групповое обсуждение темы «Личностные и профессиональные качества банковских сотрудников».  1.5. Групповое обсуждение темы «Насколько важен имидж сотрудника в профессиональной деятельности».  1.6. Написание эссе по теме «Мой профессиональный имидж».  1.7. Просмотр и обсуждение учебных видеоматериалов с образцами эффективного и неэффективного поведения консультантов.  1.8. Тренинг «Презентация продажи банковского продукта».  1.9. Организация презентации банковских продуктов и услуг.  1.10. Ролевая игра «Распределение функциональных обязанностей между участниками процесса продаж банковских продуктов и услуг».  1.11. Тренинг «Определение типа клиента».  1.12. Деловая игра «Моделирование поведения клиента».  1.13. Групповое обсуждение вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные ошибки в общении с клиентами.</li> <li>• Понятие «трудный клиент».</li> <li>• Причины появления трудных клиентов.</li> <li>• Преодоление безразличия клиентов.</li> <li>• Критерии выбора банка клиентами.</li> <li>• Причины, по которым клиент меняет банк.</li> <li>• Основные принципы долгосрочного сотрудничества банка с клиентами.</li> </ul>	36
<p><b>Курсовой проект (работа) не предусмотрен</b></p>	-

<b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) не предусмотрены</b>	-
<b>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) не предусмотрена</b>	-
<b>Консультация</b>	<b>6</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>
<b>Производственная практика (концентрированная практика)</b> <b>Виды работ</b> 1. Знакомство с банком: - история создания банка, его местонахождение и правовой статус; - бренд (name, логотип, слоган, миссию и ценности), - наличие лицензий на момент прохождения практики, - состав акционеров банка; - схему организационной структуры банка; - состав филиальной сети; - информацию о рейтингах и премиях банка; - проводимые банком ребрендинг и рестайлинг; - состав обслуживаемой клиентуры. 2. Ознакомление с работой подразделений, деятельность которых связана с обслуживанием клиентов (изучение должностных инструкций работников данных подразделений и практики работы данных подразделений). 3. Знакомство с продуктовой линейкой банка. 4. Изучение тарифов банка. 5. Ознакомление с системой контроля в банке за соблюдением норм и правил обслуживания клиентов. 6. Характеристика зон обслуживания клиентов в банке. 7. Анализ клиентской базы банка. 8. Анализ каналов обслуживания розничных клиентов. 9. Изучение работы банка с группами клиентов, нуждающихся в социальной поддержке (молодежь, пенсионеры, инвалиды). 10. Изучение системы обеспечения безопасности (конфиденциальности) клиентов. 11. Консультирование клиентов по различным видам продуктов и услуг в банке (работа под руководством сотрудника банка). 12. Наблюдение за действиями сотрудника банка при продаже банковских продуктов и услуг банке 13. Изучение организации послепродажного обслуживания клиентов.	<b>72</b>
<b>Экзамен квалификационный</b>	<b>12</b>
<b>Всего</b>	<b>242</b>

