

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: 024405E40579B7660A72440730031E110A

Владелец: "АНО ВО "РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ": АИ

Действителен: с 23.05.2024 по 23.08.2025

**Автономная некоммерческая организация высшего образования**

**«Российский новый университет»**

**Колледж**

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

для специальности среднего профессионального образования

#### **38.02.07 Банковское дело**

на базе среднего общего образования

**Москва 2024**

Одобрена предметной (цикловой)  
комиссией по специальностям:

Банковское дело

Разработана на основе  
Федерального государственного  
образовательного стандарта для  
специальности среднего  
профессионального образования  
38.02.07. Банковское дело

Протокол № 8  
от «04» апреля 2024 г.

Председатель предметной (цикловой)  
комиссии

Заместитель директора по  
учебно-методической работе



\_\_\_\_\_ /  
подпись

А. Л. Дубровка  
расшифровка подписи



\_\_\_\_\_ /  
подпись

О. В. Козловская  
расшифровка подписи

Составитель (автор): Дубровка А.Л., преподаватель АНО ВО «Российский  
новый университет» колледж

Рецензент: Костина Т.И., заместитель руководителя управления по  
правовым вопросам, Акционерный банк «Капитал» (акционерное  
общество)

**ПАСПОРТ  
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной практике  
38.03.7 Банковское дело**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	ПК,ОК	Вид профессиональной деятельности	Уровень освоения	Формы и методы контроля
1	2	3	4	5
<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг;</li> <li>- выявлять мнение клиентов о качестве банковских услуг и представлять информацию в банк;</li> <li>- выявлять потребности клиентов;</li> <li>- определять преимущества банковских продуктов для клиентов;</li> <li>- ориентироваться в продуктовой линейке банка;</li> <li>- консультировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка;</li> <li>- консультировать клиентов по тарифам банка;</li> <li>- выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка;</li> <li>- формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;</li> <li>- использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</li> <li>- переадресовывать сложные вопросы другим специалистам банка;</li> <li>- формировать собственную позитивную установку на процесс продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- осуществлять обмен опытом с коллегами;</li> <li>- организовывать и проводить презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>- использовать различные формы продвижения банковских продуктов;</li> <li>- осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.</li> </ul> <p><b>знать:</b></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</li> </ul>	ПК 3.1.	ПМ.03 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	3	Зачет Характеристика о работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Дневник практики

<p>структуру;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;</li> <li>- основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений;</li> <li>- организационно-управленческую структуру банка;</li> <li>- составляющие успешного банковского бренда;</li> <li>- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;</li> <li>- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;</li> <li>- особенности продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- основные формы продаж банковских продуктов;</li> <li>- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>- условия успешной продажи банковского продукта;</li> <li>- этапы продажи банковских продуктов и услуг;</li> <li>- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;</li> <li>- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;</li> <li>- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;</li> <li>- способы продвижения банковских продуктов;</li> <li>- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;</li> <li>- принципы взаимоотношений банка с клиентами;</li> <li>- психологические типы клиентов;</li> <li>- приемы коммуникации;</li> <li>- способы выявления потребностей клиентов;</li> <li>- каналы для выявления потенциальных клиентов</li> </ul> <p><b>знать:</b></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> </ul>				
--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"><li>- организационно-управленческую структуру банка;</li><li>- составляющие успешного банковского бренда;</li><li>- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;</li><li>- понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций банка на рынке банковских услуг;</li><li>- особенности продажи банковских продуктов и услуг;</li><li>- основные формы продаж банковских продуктов;</li><li>- политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</li><li>- условия успешной продажи банковского продукта;</li><li>- этапы продажи банковских продуктов и услуг;</li><li>- организацию послепродажного обслуживания и сопровождения клиентов;</li><li>- отечественный и зарубежный опыт проведения продаж банковских продуктов и услуг;</li><li>- способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам;</li><li>- способы продвижения банковских продуктов;</li><li>- правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг;</li><li>- принципы взаимоотношений банка с клиентами;</li><li>- психологические типы клиентов;</li><li>- приемы коммуникации;</li><li>- способы выявления потребностей клиентов;</li><li>- каналы для выявления потенциальных клиентов</li></ul>				
---	--	--	--	--

## **Основные темы, закрепляемые в ходе прохождения производственной (по профилю специальности) практики**

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

#### **МДК.02.01. Организация кредитной работы**

##### **Тема 3.3. Оценка платежеспособности физического лица**

Определение платежеспособности физического лица. Методы оценки платежеспособности физического лица, системы кредитного скоринга. Методы андеррайтинга кредитных заявок клиентов. Система кредитного скоринга и индивидуальной оценки заемщика. Методы оценки платежеспособности физического лица. Кредитный потенциал. Расчет максимальной суммы кредита. Расчет ПДН - показателя долговой нагрузки. Оперативное принятие решения по предложению клиенту дополнительного банковского продукта (кросс-продажа).

##### **Тема 4.1. Оформление выдачи кредита**

Порядок оформления кредитного договора. Состав кредитного дела и порядок его ведения. Способы и порядок начисления и погашения процентов по кредитам. Оформление комплекта документов на открытие счетов и выдачу кредитов различных видов. Формирование и ведение кредитного дела.

##### **Тема 5.1. Кредитный мониторинг**

Методология мониторинга и анализа показателей качества и эффективности истребования просроченной и проблемной задолженности по потребительским кредитам. Реструктуризация и рефинансирование кредитов. Программы Банка России в период пандемии коронавируса.

##### **Тема 6.1. Создание резервов на возможные потери по кредитам**

Порядок оценки кредитного риска. Порядок определения суммы создаваемого резерва по выданному кредиту. Роль Кредитного бюро, Агентства по взысканию долгов. Расчет суммы формируемого резерва.

#### **МДК.03.01 Выполнение работ по профессии «Агент банка»**

##### **Тема 1.1. Банковская триада**

Определение банковской операции, банковской услуги и банковского продукта. Классификация банковских операций. Особенности банковских услуг и их классификация. Параметры и критерии качества банковских услуг. Продукты и услуги, предлагаемые предприятием по месту прохождения практики, их преимущества и ценности.

## **Тема 2.1. Жизненный цикл банковского продукта**

### **Ценообразование в банке**

Структура цены на банковский продукт и особенности ценообразования в банке. Определение ценовой политики предприятием по месту прохождения практики, ее объекты и типы.

## **Тема 3.1. Продуктовая линейка банка**

Понятие продуктовой линейки банка и ее структуру. Продукты и услуги, предлагаемые предприятием по месту прохождения практики, их преимущества и ценности

## **Тема 4.1. Корпоративный и продуктовые бренды банка.**

Основные банковские продукты для частных лиц, корпоративных клиентов и финансовых учреждений. Организационно-управленческую структуру банка. Составляющие успешного банковского бренда. Роль бренда банка в продвижении банковских продуктов. Понятие конкурентного преимущества и методы оценки конкурентных позиций предприятия по месту прохождения практики на рынке банковских услуг.

## **Тема 5.1. Виды каналов продаж банковских продуктов**

Особенности продажи банковских продуктов и услуг. Основные формы продаж банковских продуктов. Политика предприятия по месту прохождения практики в области продаж банковских продуктов и услуг. Условия успешной продажи банковского продукта. Этапы продажи банковских продуктов и услуг. 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. Преимущества системы Интернет-банкинга для клиента и для банка. Система «Мобильный банк». Организация 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.

## **Тема 6.1. Продвижение банковских продуктов**

Способы продвижения банковских продуктов на предприятии по месту прохождения практики. Правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг. 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).

### **Тема 9.1. Формирование клиентской базы**

Принципы взаимоотношений предприятия по месту прохождения практики с клиентами. Психологические типы клиентов. Приемы коммуникации. Способы выявления потребностей клиентов. Каналы для выявления потенциальных клиентов.



**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
**на производственную (по профилю специальности) практику**

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

При прохождении практики выполнить следующие задания:

1. Ежедневно заполнять дневник в период прохождения учебной практики.
2. Подготовить в письменном виде ответы на предложенные вопросы:
  - организационно-правовая форма, организационная структура предприятия прохождения практики;
  - порядок проведения расчетных операций на предприятии прохождения практики;
  - активные операции, осуществляемые предприятием по месту прохождения практики;
  - пассивные операции, осуществляемые предприятием по месту прохождения практики;
  - посреднические операции, осуществляемые предприятием по месту прохождения практики;
  - классификация банковских услуг;
  - продукты, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
  - ценовая политика банка, тарифы на банковские услуги;
  - продуктовые линейки, показатели, характеризующие продуктовую линейку банка;
  - формы продаж банковских продуктов предприятием по месту прохождения практики;
  - методы продажи банковских продуктов и услуг;
  - принципы формирования клиентской базы предприятием по месту прохождения практики.

## Критерии оценок

В процессе прохождения учебной практики контролируются и оцениваются уровень сформированности показателей профессиональной компетенции, а также полнота и качество представленных отчетных документов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме защиты отчета о прохождении практики (дифференцированного зачета).

Защита практики (дифференцированный зачет) проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии.

К промежуточной аттестации не допускаются обучающиеся, не сдавшие отчет о прохождении практики.

При защите практики все обучающиеся размещаются в аудитории.

В ходе защиты преподаватель и присутствующие в аудитории обучающиеся могут задавать уточняющие и дополнительные вопросы.

Защита практики включает в себя:

- 1) доклад обучающегося о прохождении практики,
- 2) анализ выполнения индивидуальных заданий на практику и анализа и оценки действий обучающегося в ходе практики,
- 3) ответы обучающегося на вопросы руководителя практики от образовательной организации и других обучающихся.

В зависимости от результатов защиты руководителя практики от образовательной организации выставляет обучающемуся оценку в соответствии со следующими критериями:

Обучающийся, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, считается имеющим академическую задолженность.

В случае неполного выполнения обучающимся задания на производственную (по профилю специальности) практику по уважительной причине приказом директора может быть дано разрешение на повторное её прохождение в свободное от образовательного процесса время.

После защиты отчетов по производственной практике руководитель обязан сдать отчеты на кафедру.

Оценка	Критерии оценки показателя компетенции
Зачтено-Отлично	<ul style="list-style-type: none"> <li>- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы;</li> <li>- правильно выполнены все практические задания на практику;</li> <li>- представленный отчет соответствует установленным требованиям.</li> </ul>
Зачтено-Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> <li>- даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное;</li> <li>- без ошибок выполнено более 75% практических заданий на практику;</li> <li>- представленный отчет соответствует установленным требованиям.</li> </ul>

Зачтено- Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования;</li> <li>- без ошибок выполнены не менее половины практических заданий на практику;</li> <li>- представленный отчет соответствует установленным требованиям.</li> </ul>
Не зачтено- Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не выполнены требования, предъявляемые к показателям компетенции, оцениваемым удовлетворительно, либо отсутствует отчет о прохождении практики, выполненный в соответствии с установленными требованиями.</li> </ul>

Обучающийся, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, считается имеющим академическую задолженность.

В случае неполного выполнения обучающимся задания по производственной практике по уважительной причине приказом директора может быть дано разрешение на повторное её прохождение в свободное от образовательного процесса время.

После защиты отчетов по учебной практике руководитель обязан сдать отчеты на кафедру.