

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: 024405E40579B7660A72A40730031E170A

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>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 другим 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. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	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"> - 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 банка 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 <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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; 				
--	--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - организационно-управленческую структуру банка; - составляющие успешного банковского бренда; - роль бренда банка 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 				
---	--	--	--	--

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

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

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.