**МИНИСТЕРСТВО ЭНЕРГЕТИКИ, ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СВЯЗИ**

**СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение**

**«Ставропольский региональный колледж вычислительной техники и электроники»**

Технологическая карта открытого занятия

тема: «Потребность клиента в банковском продукте»

**ПМ 06.** **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20002 Агент банка.**

**МДК 06.02 Технология продажи банковского продукта**

(семинар-беседа)

Разработчик: преподаватель профессионального

цикла высшей категории Шереметьева Л.Е.

2018г

## план Занятия

**ТЕМА: *«*Потребность клиента в банковском продукте*»***

**ПМ 06.*****Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20002 Агент банка.***

***МДК 06.02 Технология продажи банковского продукта***

**Специальность: *38.02.07 Банковское дело***

**Курс: *4***

**Группа: 45/1**

**Преподаватель: *Шереметьева Л.Е.***

**Вид занятия: *практическое занятие***

**Тип занятия: *семинар-беседа***

**Цель: *рассмотреть типологию и темперамент клиента, виды продаж банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий***

**Задачи:**

***Обучающие***

* Углубление, конкретизация и систематизация знаний, полученных во время лекционных занятий и в процессе самостоятельной подготовки к семинару;
* контроль и обобщение практических умений по функциям « Агента банка»;
* проверка степени готовности студентов к реализации профессиональных компетенций и требований к профессии.

***Развивающие***

* формирование общих и профессиональных компетенций специалиста;
* формирование навыков поисковой и творческой работы;
* формирования умений анализировать специальную литературу;
* развитие логического и творческого мышления студентов, в вопросах разработки и составления докладов по темам;
* приобретение навыков коммуникативности при взаимодействии в подготовке презентаций по темам докладов;
* активизация творческого мышления студентов в процессе проведения поисковой работы.

***Воспитательные***

* формирование умений работать в коллективе;
* формирование чувства ответственности за порученное дело;
* воспитание культуры дискуссии, находчивости в трудных ситуациях;
* воспитание уверенности в своих силах и активной жизненной позиции;
* инициирование постоянной рефлексии для повышения личностной и профессиональной компетентности;
* привитие интереса к избранной профессии.

**Квалификационные требования к знаниям и умениям специалиста:**

***Студент должен:***

**Знать:**

* порядок осуществления поиска потенциальных клиентов.
* правила устанавливания деловых контактов с клиентами.
* выявление и формирование спроса со стороны клиентов на банковские продукты и услуги.
* производство продажи банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий

**Уметь:**

* разрешать конфликтные ситуации;
* проводить маркетинговые исследования;
* проводить прогноз банковского рынка;
* проводить изучение потребителей банковских услуг;

**Приемы и методы обучения:**

* 1. Проблемно-поисковые:
* самостоятельная работа с предложенными источниками информации;
* использование полученной информации для разработки докладов и презентаций

Творческие:

* овладение приемами анализа источников информации с целью постановки проблемы и нахождении путей ее реализации;
* обобщение результата.
* работа по составлению презентации.

Контроль результатов самостоятельной работы:

* оценка студентами результатов самостоятельной аудиторной и внеаудиторной работы;
* оценка правильности составления докладов и презентаций;
* оценка профессиональной готовности к самореализации.

***Обеспечение мероприятия:***

**Технические средства оснащения:**

* мультимедийный проектор
* ПК

***Междисциплинарные связи:***

* менеджмент;
* информационные технологии в профессиональной деятельности;
* правовое обеспечение профессиональной деятельности;

#### Организация урока – семинара

***Этапы семинара:***

***1-й этап. Подготовительный***

***Инструктаж:***

* ознакомление с заданиями, перечнем рекомендуемой литературы, порядком оформления и защиты заданий.

Примерные темы, распределённые между студентами для самостоятельной, поисковой работы:

* «Качественное обслуживание клиентов»
* «Типология и темперамент клиента»
* «Поведенческая модель для исследования поведения людей в окружающей их среде – DISK»
* « Холодные продажи»
* «Зарплатный проект»
* «Потребности клиента»
* « Пяти шаговая модель продаж»
* «Бонусная программа Сбербанка»

***Самостоятельная работа студентов:***

* изучение предложенных источников информации;
* проведение исследовательской работы в соответствии с заданиями;
* оформление результатов поисковой работы;
* подготовка проектов выступлений по результатам исследования.

***2-й этап. Организационный* – 5 мин.:**

- приветствие, выявление отсутствующих,

-проверка подготовленности к занятию.

***3-й этап. Мотивация и стимулирование учебной деятельности – 10 мин.:***

- цель-мобилизация студентов к обучению, активизация внимания.

-Сообщение темы урока: «Потребность клиента в банковском продукте»

- определение профессиональной направленности.

***4 –й этап. Обсуждение тем, вынесенных на семинарское занятие– 60 мин:***

**-** выступления студентов с докладами и презентациями по темам:

* «Качественное обслуживание и потребности клиентов»
* «Типы темперамента»
* «Зарплатный проект Сбербанка»
* «Бонусная программа Сбербанка»
* «Пяти шаговая модель продаж»
* «Каковы потребности клиента»
* «Холодные продажи»
* «Поведенческая модель-DISK»
* «Расчетные операции ПАО Сбербанк»
* «Виды кредита»
* «Операции с иностранной валютой»
* «Разнообразие банковских карт Сбербанка»

- вопросы по докладам самостоятельно приготовленные студентами;

***5-й этап. Подведение итогов - 5мин.***

- самооценка выступлений студентов (приложение №1).

- рефлексия (вопросы)

* Что нового мы узнали на этом уроке?
* С какой новой терминологией вы ознакомились?
* Как вы считаете, вам помогла новая информация для работы с клиентом на практике в банке?

Вступительное слово преподавателя

Тема: «Потребность клиента в банковском продукте»

***Преподаватель:*** Добрый день уважаемые коллеги, добрый день ребята. **Тема нашего занятия:** «Потребность клиента в банковском продукте».

Цель нашего занятия: рассмотреть типологию и темперамент клиента, виды продаж банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий.

Сегодня у нас семинар-беседа, т.е. обсуждение заранее подготовленных вами докладов, рефератов и презентаций.

В переводе с латинского, слово семинар обозначает – «*рассадник*», я бы применила адаптированное слово – теплица, т.е. взращивание вашего творчества в комфортных условиях.

Это вид практического занятия, который предусматривает самостоятельную проработку отдельных тем и проблем изучаемого междисциплинарного курса, умение использовать теоретические знания для решения практических задач и наконец – обсуждение результатов. Красной нитью, темы нашего занятия, должна быть фраза:

Прежде чем предложить продукт, ты должен знать, с кем ты работаешь, что ты продаешь и кто он твой клиент-покупатель.

Мы постепенно подходим к этапу завершения вашего обучения, и после прохождения производственной практики вы получите рабочую специальность «Агент банка», одной из профессиональных компетенций этой профессии является:

-формирование спроса со стороны клиента на банковские продукты и услуги.

На современном этапе развития банковской системы, коммерческие банки выполняя кредитные функции постепенно перешли к функциям маркетинга, вступая в конкурентную борьбу на рынке банковских услуг, где тесно переплетаются понятия: товар, продукция, продажа, рынок, сегментация, клиент. Это переплетение ведет нас к истокам изучения этих понятий, т.е. к дисциплине Маркетинг.

Немного истории: маркетинг – это английское слово в переводе означающее «рынок или рынковедение », подходящего эквивалента этому слову в русском языке не нашлось и поэтому используется его английское произношение с ударением на первый слог. В начале 20-го столетия в ряде американских университетов был подготовлен и начал читаться самостоятельный курс маркетинга, выделенный из общей экономической теории, в основном этот курс содержал описание приёмов сбытовой деятельности, операции оптовой и розничной торговли и организацию рекламной компании. Прошу вас обратить внимание на доску, вы видите флаеры с названием банковского продукта Сберегательного банка, мини-плакаты с афоризмами знаменитых ученых маркетологов и знакомыми вам терминами. Как видите, в банковском деле, мы напрямую используем терминологию и маркетинговые технологии. А что мы знаем о влиянии этой науки при изучении МДК 06.02. «Агент банка» - нашей будущей профессии. Я сейчас озвучу термины, а вы мне дайте характеристику, что они означают.

1. Цена
2. Товар-продажа
3. Продукт
4. Рынок – сегментация
5. Позиционирование товара

**Ответы студентов**

1. Цена – это денежное выражение стоимости товара в зависимости от спроса и предложения.
2. Продажа товаров в банковской системе является единственным способом вернуть вложенные в производство товаров средства, и получить прибыль. Стимулирование продаж, рассчитанное на покупателей, имеет целью создание у них ощущения экономической выгоды и тем самым побуждение к росту спроса.
3. Банковский продукт – отдельная банковская услуга или комплекс взаимосвязанных услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей клиента
4. Процесс сегментации рынка – это разбивка покупателей или рынка на совокупности людей со схожими потребностями в отношении конкретного товара или услуги, достаточными ресурсами, также готовностью и возможностью покупать.
5. Позиционирование представляет собой два взаимосвязанных процесса: работа с потенциальными потребителями и работа с товаром. Первый позволяет оценить, как реально потребитель воспринимает товар. Второй, – какие действия необходимо предпринять, чтобы данный товар занял определенное место среди товаров-конкурентов, из числа которых потребители делают свой выбор.

Ну что ж, я довольна вашими ответами и поэтому мы приступаем к прослушиванию и обсуждению ваших докладов.

Выступления: <Выступления.docx>

Презентации: [общая презентация.pptx](общая%20презентация.pptx)

Список информационных источников:

1. https://piter-trening.ru/vyyavlenie-potrebnostej-klienta/
2. http://seportal.ru/chast-17-1-etapy-prodazh-2-etap-vyyavlenie-potrebnostej-klienta-tipy-voprosov/
3. https://promdevelop.ru/vyyavlenie-potrebnostej-klienta/
4. http://stanislaw.ru/rus/research/psytests/temper/types.asp
5. http://psy-sait.ru/razvitie-lichnosti/harakter/66-tipy-temperamenta-sangvinik-holerik-flegmatik-melanholik.html
6. https://tetatet-club.ru/my-life/temperament-types
7. https://porarasti.com/klassicheskaya-tehnika-prodazhi-bankovskih-produktov-i-uslug-5-prostyih-shagov/
8. https://studopedia.ru/
9. http://www.sberbank.ru/ru/person
10. http://www.cbr.ru/
11. http://mirznanii.com/a/22046/zarplatnyy-proekt
12. http://sber-info.com/cards/info/bonusnaya-programma-spasibo-ot-sberbanka.html
13. https://www.sravni.ru/banki/info/programma-spasibo-ot-sberbanka-dlja-derzhatelej-kart/
14. http://www.sberbank.ru/ru/s