

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И. Носова»

Многопрофильный колледж

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

МДК.03.02 Выполнение работ по должности 20002 Агент банка

для обучающихся специальности

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ	3
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ	5
Практическое занятие № 1.....	5
Практическое занятие № 2-3.....	6
Практическое занятие № 4-5.....	9
Практическое занятие № 6-7.....	11
Практическое занятие № 8-9.....	12
Лабораторное занятие № 1-3	18
Лабораторное занятие № 4-6	19
Практическое занятие № 10-12.....	22
Практическое занятие № 13-15.....	23

1 ВВЕДЕНИЕ

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки обучающихся составляют практические и лабораторные занятия.

Состав и содержание практических и лабораторных занятий направлены на реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических и лабораторных занятий является формирование профессиональных практических умений (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности).

В соответствии с рабочей программой ПМ.03 Освоение профессий рабочих, должностей служащих, МДК.03.02 Выполнение работ по должности 20002 Агент банка, предусмотрено проведение практических занятий. В рамках практического занятия обучающиеся могут выполнять одну или несколько практических работ.

В результате их выполнения, обучающийся должен:

уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

У 3.7.1 Проводить мониторинг информации по вопросам платежных услуг

У 3.7.2 Оформлять пакет документов, связанных с проведением расчетных и кредитных операций

У 3.7.3 Оценивать достоверность, характер и содержание информационных сообщений по вопросу платежных услуг

У 3.8.1 Пользоваться системами дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.2 Оформлять пакет документов, связанных с подключением к системам дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.3 Осуществлять коммуникации, необходимые для подключения к системам дистанционного банковского обслуживания

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Содержание практических и лабораторных занятий ориентировано на формирование общих компетенций по профессиональному модулю программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению **профессиональными компетенциями**:

ПК 3.6. Консультировать клиентов по видам банковских продуктов

ПК 3.7 Выполнять расчетные и кредитные операций

ПК 3.8 Осуществлять дистанционное банковское обслуживание

А также формированию **общих компетенций**:

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

Практические и лабораторные занятия проводятся после соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Тема 2.1 Банковские продукты и услуги

Практическое занятие № 1

Определение преимуществ банковских продуктов для потребителей

Цель работы:

–закрепление теоретических знаний по теме;
формирование практических навыков определять полезность банковского продукта для клиента и банка.

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Задание:

Используя данные с официального сайта исследуемого банка, составьте перечень из 15-ти банковских продуктов и опишите, какую полезность они несут для потребителей и банка.

Список банков соответствует номеру обучающегося

№ пп	Наименование банка	Официальный сайт банка
1.	ВТБ	https://www.vtb.ru/
2.	Газпромбанк	http://www.gazprombank.ru/
3.	Россельхозбанк	https://www.rshb.ru/
4.	Банк «ФК Открытие»	https://www.open.ru
5.	Альфа-Банк	https://alfabank.ru/
6.	Московский кредитный банк	https://mkb.ru/
7.	Промсвязьбанк	https://www.psbank.ru/
8.	ЮниКредит Банк	https://www.unicreditbank.ru
9.	Росбанк	https://www.rosbank.ru/
10.	Райффайзенбанк	https://www.raiffeisen.ru/
11.	Банк УРАЛСИБ	https://www.uralsib.ru
12.	Тинькофф Банк	https://www.tinkoff.ru/
13.	Банк Россия	http://web.abr.ru
14.	Совкомбанк	https://sovcombank.ru
15.	Ситибанк	https://www.citibank.ru
16.	Банк Русский Стандарт	https://www.rsb.ru/
17.	АО «СМП Банк»	https://new.smpbank.ru/
18.	ВБРР	https://www.vbrr.ru/

19.	Почта Банк	https://www.pochtabank.ru/
20.	Банк Санкт-Петербург	https://www.bspb.ru/
21.	АК Барс Банк	https://www.akbars.ru
22.	Банк Возрождение	http://www.vbank.ru/
23.	Хоум Кредит Банк	https://www.homecredit.ru
24.	Новикомбанк	https://novikom.ru/
25.	СвязьБанк	https://www.sviaz-bank.ru/

Результаты исследования сведите в таблицу:

Полезность банковских продуктов

Банковский продукт	Полезность для потребителя	Полезность для банка
1. Срочный вклад физического лица	Хранение денег, получение процентного вознаграждения	Привлечение и аккумуляция денежных средств
2.		
15.....		

Форма предоставления результата: Выполненное задание

Критерии оценивания:

«Отлично» - таблица заполнена полностью и правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией, свободно владеет навыками пользования официальным сайтом банка.

«Хорошо» - таблица заполнена полностью и правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией. владеет навыками пользования официальным сайтом банка.

«Удовлетворительно» - таблица заполнена не полностью, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«Неудовлетворительно» - таблица заполнена не полностью и неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию

Тема 2.1 Банковские продукты и услуги

Практическое занятие № 2-3

Консультирование клиентов по тарифам банка

Цель работы: приобретение навыков:

- ориентироваться в тарифах банка и определять тип ценовой политики банка,
 - определения особенностей ценообразования исследуемого банка;
- консультирования клиента по предлагаемым банком тарифам.

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание:

Кейс «Проблемы ценообразования в банках».

Внимательно прочитайте текст предложенного кейса и дайте ответы на представленные ниже вопросы.

Опросы руководителей маркетинговых служб различных предприятий в России и за рубежом показывают, что ценообразование рассматривается в качестве ключевого фактора сбыта и конкурентоспособности.

В банковской деятельности значение ценообразования особенно велико в связи с тем, что материальной основой любого банковского продукта являются деньги. По этой причине дифференциация банковских продуктов трудновыполнима.

Выделяют **два основных способа установления цен на банковские продукты** в виде:

- 1) **процента**, который устанавливается для депозитно-кредитных продуктов;
- 2) **комиссии**, которая взимается по прочим.

Взимание процента происходит от суммы задолженности на периодической основе. Величина комиссии может быть установлена по отношению к единице банковского продукта, которая может быть измерена в рублях, количестве сделок (операций) и прочее. Комиссии обычно взимаются в разовом порядке, но могут быть и периодическими. Отдельные банковские продукты могут предполагать смешанное ценообразование (например, пластиковые карты). В зависимости от обстоятельств банки используют следующие методы ценообразования, которые могут быть разделены **на три основные группы**, в зависимости от того, какие факторы в большей степени при установлении цены принимает во внимание банк:

- 1) **затратные методы** (при ориентации на собственные издержки);
- 2) **рыночные методы** (при ориентации на конъюнктуру рынка);
- 3) **параметрические методы** (при первостепенном учете нормативов затрат на технико-экономический параметр продукции).

Затратные методы ценообразования предполагают расчет цены продажи банковского продукта путем прибавления к издержкам на его генерацию (процентным, предельным, переменным или полным) некой определенной величины, называемой маржей. Наиболее часто расчеты проводятся на основе процентных издержек, что связано со сложностью определения для банка предельных, переменных и полных издержек. В качестве базиса для расчета процентных издержек банком может приниматься либо вся ресурсная база, либо ее часть. Важным моментом при этом является необходимость учета обязательных резервов, депонируемых коммерческими банками в ЦБ РФ.

Рыночные методы состоят в том, что цена устанавливается исходя из цен на аналогичные продукты конкурентов или исходя из субъективной оценки клиентами банка ценности его

продуктов, определяемой на основе специальных анкет.

Параметрические методы предполагают установление цен исходя из стоимости базового продукта и дополнительной надбавки за улучшенные характеристики (параметры) конкретного продукта. Примером параметрических методов в банке может служить кредитная линия, по которой в цене кроме процентов учитывается еще плата за неиспользованный лимит.

С усилением конкуренции приоритет в ценообразовании смещается с первой группы методов на вторую.

Этот сдвиг тем более заметен, чем меньше банк и чем меньше его финансовая интеграция с клиентом.

Перечислим **проблемы ценообразования в коммерческих банках**:

- **непрозрачные** для потребителя схемы ценообразования на банковские продукты (наряду с процентом взимаются различные скрытые комиссии), например, эффективная ставка по потребительскому кредиту в некоторых банках превышает номинальную на 10 - 20% годовых;
- **высокий размер процентной маржи банка** (она даже без учета комиссий превышает ставки по вкладам и депозитам),
- **высокий разброс процентных ставок и комиссий между банками** (по депозитам и вкладам он достигает 3-4%, по кредитам юридическим лицам 10-12 %, по потребительским кредитам свыше 30%).

Требуется:

1. Дать определение цены на банковский продукт.
2. Назвать элементы из чего состоит структура цены на банковский продукт?
3. Перечислить свойства цены банковского продукта.
4. Ответить на вопрос: в чем заключается ценовая политика банка?
5. Дать определение цепочке ценностей.
6. Составить таблицу в произвольной форме общего и различий двух способов установления цен на банковские продукты.
7. Дать сравнительную характеристику методам ценообразования в банке.
8. Определить основные пути решения проблем ценообразования в коммерческом банке.
9. Проконсультировать клиента по тарифам исследуемого банка (у каждого обучающегося свой банк, определенный ранее): комиссия за переводы денежных средств без открытия счета, ипотека, зарплатный проект. Рассказать, как формируются тарифы на данные банковские продукты.

Критерии оценивания:

«**Отлично**» - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.

«**Хорошо**» - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

«**Удовлетворительно**» - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«Неудовлетворительно» - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

Тема 2.2 Продуктовая линейка банка

Практическое занятие № 4-5

Консультирование по выбору банковских продуктов для корпоративных клиентов

Цель работы: закрепление умений ориентироваться в продуктовой линейке банка и приобретение навыков консультирования клиентов – юридических лиц по продуктовой линейке банка.

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание:

Кейс «Стандартный набор банковских продуктов для основных сегментов рынка корпоративных клиентов»

Корпоративными клиентами принято называть юридических лиц, организации или предприятия, которые приобретают у компании товар или услугу в крупных масштабах, нескольких экземплярах.

Слово «корпоративный» как «узкогрупповой, ограниченный узким кругом». Следовательно, речь идет о выделенной группе партнеров, которая не может быть многочисленной и требует специальных подходов для взаимодействия с ней.

Взаимодействие с корпоративными клиентами, налаживание эффективного сотрудничества с ними требует максимальной сосредоточенности и ответственности от всего штата сотрудников компании. Следует понимать, что деловые контакты с корпоративными клиентами – это не обычные разовые сделки, а возможность организации долгосрочного и экономически выгодного сотрудничества. Поэтому специалисты должны использовать свой профессионализм, деловые качества и оригинальные методики для поиска, привлечения и удержания корпоративных деловых партнеров.

В таблице представлены основные банковские продукты для различных категорий корпоративных клиентов. Предложите для каждой категории клиентов по три банковских продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Дайте полное описание банковского продукта. Какие формы продажи банковского продукта вы будете использовать в каждом конкретном случае? Какие дополнительные продукты Вы можете предложить своим клиентам?

Малый бизнес	Персональное финансовое обслуживание и планирование управления недвижимостью. Специальные «стартовые» ссуды. «Стартап» – по сути, это творческое и инновационное начинание, которое предполагает внедрение на рынок принципиально нового продукта. Покупка потребительских товаров в кредит с погашением в рассрочку. Страхование жизни. Услуги по переводу денег и бухгалтерскому оформлению документации
Средние фирмы	Платежные операции, компьютерные услуги, связанные с финансовой деятельностью (клиент-банк). Кредитные карточки для работников фирмы. Лизинговые и факторинговые операции. Среднесрочные и долгосрочные ссуды для пополнения основного капитала, включая займы с участием страховых компаний
Крупные фирмы	Операции по выплате заработной платы. Консультации по вопросам бизнеса. Услуги по экспорту и импорту. Регистрация ценных бумаг. Долгосрочное кредитование с участием страховых компаний

Требуется:

1. Предложить для каждой категории клиентов по три банковских продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Свой выбор обосновать. Весь набор банковских продуктов продуктовой линейки необходимо расположить в порядке убывания их рейтинга относительно выбранной клиентской группы.
2. Дать полное описание банковского продукта. В каждом продукте выделить «сильные» и «слабые» стороны.
3. Назвать формы продажи банковского продукта, которые вы будете использовать в каждом конкретном случае?
- 4.

Критерии оценивания:

«Отлично» - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.

«Хорошо» - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

«Удовлетворительно» - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«Неудовлетворительно» - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

Тема 2.2 Продуктовая линейка банка
Практическое занятие № 6-7
Выбор банковского продукта для физического лица

Цель работы: научиться выявлять потребности физических лиц-клиентов банка и закрепить навыки консультирования клиентов по банковским продуктам в соответствии с их потребностям.

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание:

На основании сведений о клиентах – физических лицах, представленных в таблице:

1. Предложите потенциальному клиенту три продукта из продуктовой линейки исследуемого банка. Свой выбор обосновать.
2. В каждом продукте выделить «сильные» и «слабые» стороны.
3. Весь набор банковских продуктов продуктовой линейки необходимо расположить в порядке убывания их рейтинга относительно выбранной возрастной клиентской группы.
4. Требуется ли дополнительные сведения о клиенте?
5. Какие дополнительные вопросы Вы зададите потенциальному клиенту?
6. Какие сопутствующие продукты Вы можете предложить клиенту? Обоснуйте свои предложения.

Сведения о клиентах

Возраст	62 года	22 года	42 года
Пол	Женский	Мужской	Мужской
Место работы	Пенсионер	Студент	Ведущий менеджер страховой компании
Дополнительные источники доходов	Сдача в аренду принадлежащего на праве собственности жилья	Подработка в кафе быстрого питания	нет

Цель визита в банк	Открытие вклада с целью накопления и сбережения средств. Сумма вклада 80 тыс. рублей.	Потребительский кредит на покупку компьютерной техники	Ипотека
--------------------	---	--	---------

Критерии оценивания:

«**Отлично**» - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.

«**Хорошо**» - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

«**Удовлетворительно**» - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«**Неудовлетворительно**» - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

Тема 2.2 Продуктовая линейка банка

Практическое занятие № 8-9

Формирование положительного мнения у потенциальных клиентов о деловой репутации банка

Цель работы: получить навыки создавать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка, его имидже и бренде.

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.6.1 Консультировать клиентов по банковским продуктам, выбирать схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка

У 3.6.2 Формирования юридического досье клиента

У 3.6.3 Осуществления сбора и использования информации с целью поиска потенциальных клиентов

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание:

Кейс «Запоминающийся образ банка».

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

Анализ показывает, что существует несколько основных путей формирования запоминающегося образа банка и его успешного позиционирования в сознании клиентов:

- Традиционно рекламный. Заключается в поиске нестандартных решений представления стандартных банковских услуг и ассоциации банка с запоминающимися образами. Данный путь является достаточно перспективным, но и является наиболее рискованным. Необходимым условием использования такого подхода является тщательное тестирование, отбор и обкатка рекламных идей на представителях целевой аудитории.

- Акцент на современные банковские технологии (системы передачи данных, INTERNET и пр.). Данный путь в настоящее время успешно используется банками, которые с момента своего появления активно позиционировали себя как высокотехнологичные кредитные учреждения. В настоящий момент такой подход использует, например, банк «Тинькофф».

- Перенос основного акцента рекламы с услуг и технологий на рекламу персонала, сотрудников банка. Есть все основания полагать, что реклама банка через призму компетентного и открытого персонала будет занимать все большее и большее место в общем рекламном пространстве. Как правило в сознании потребителя услуга неотделима от ее носителя.

Вопросы:

1. Какой путь из предложенных выше трех вариантов использует исследуемый банк, для формирования запоминающегося образа и его успешного позиционирования в сознании клиента?

2. Эффективен ли этот путь, на ваш взгляд? Что бы могли предложить Вы?

Кейс «Сила банковского бренда»

Внимательно прочтите кейс и ответьте на вопросы.

HSBC, который в западных СМИ называют брендом-захватчиком, функционирует под слоганом The world's local bank - Местный банк для всего мира. Сообразно слогану, банк имеет дочерний и в России — HSBC Россия. Вот список некоторых регалий, которые HSBC получил за последние годы: лучший интернет-банк для физических лиц (The Banker), бренд с самой высокой стоимостью в сфере финансовых услуг (Brand Finance), 1-е место в рейтинге ТОП-1000 «Крупнейший мировой банк» (The Banker), лучший банк по управлению рисками (Global Markets Euromoney). Согласно своей философии, HSBC в каждой стране мира строит свою работу исходя из локальных ценностей.

Акцент делается на том, что культурная традиция признается банком мощным механизмом воздействия на восприятие, поэтому проводятся специальные программы обучения сотрудников с целью повышения их культурной компетентности. На одном из рекламных плакатов банка HSBC изображен кузнечик и указано, что в США он вредитель, в Китае — домашний питомец, а в Таиланде — пища. Этот рекламный ход призван подчеркнуть что в основу укрепления отношений с клиентами банка положено знание культурных традиций клиентов и уважение к ним. Что же касается незыблемых ценностей, то у HSBC они не связаны именно с финансами, а — с человеческими ценностями, причем с восточным акцентом.

Перечислим ценности банка. HSBC:

Восприимчивый: «Мы будем предвосхищать и удовлетворять потребности наших клиентов во всем мире с помощью нашей способности объединить глобальный охват рынков и сегментов с местными знаниями и опытом».

Прогрессивный: «Мы стремимся к постоянному совершенствованию качества, эффективно-сти через работу в команде».

Отзывчивый: «Мы будем действовать быстро, чтобы мы могли удовлетворить и превзойти постоянно меняющиеся ожидания наших клиентов».

Почтительный: «Мы будем проявлять корпоративную ответственность в нашей деятельности, мы стремимся к благополучию и развитию наших местных общин». **Честность:** «Мы будем обращаться с клиентами, сотрудниками и поставщиками справедливо и объективно».

Требуется:

1. Охарактеризовать бренд банка, который вы исследовали в предыдущих работах.
2. Ответить на вопросы: имеет ли ваш банк дочерние банки и филиалы в дальнем или ближнем зарубежье? Менялись ли слоган, логотип или философия банка в зависимости от культурных или национальных традиций тех стран, где расположены филиалы?
3. Оценить: на ваш взгляд, стоит ли при расширении своего географического присутствия, вносить изменения в бренд?
- 4.

Задание № 1.

Используя данные официальных сайтов российских банков, провести сравнительный анализ двух банковских брендов. Результаты представить в виде таблицы. Пример оформления и заполнения таблицы представлен ниже.

Элементы банковских брендов

Элемент	Сбербанк России	АО «Народный Банк Казахстана»
Нейм	СБЕРБАНК	KAZBANK
Логотип		Казахстан Halyk Bank  Народный банк Казахстана
Слоган	Всегда рядом	Мы вместе!
Миссия	Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты	Народный Банк Казахстана работает для предоставления в Казахстане и ряде других стран услуг на всех сегментах финансового рынка (банковском, страховом, ценных бумаг, лизинговом), на уровне международных стандартов, обеспечивая тем самым сохранность, эффективное размещение и преумножение средств клиентов и акционеров

Ценности	Я – лидер Я принимаю ответственность за себя и за то, что происходит вокруг Я честен с собой, коллегами и клиентами Я совершенствую себя, наш банк и наше окружение, делая лучшее на что способен Мы – команда Мы с готовностью помогаем друг другу, работая на общий результат Мы помогаем расти и развиваться нашим коллегам Мы открыты, уважаем коллег и доверяем друг другу Все – для клиента Вся наша деятельность построена вокруг и ради интересов клиентов Мы хотим удивлять и радовать клиентов качеством услуг и отношением Мы превосходим ожидания клиентов	Компетентность и профессионализм. Будучи лидером казахстанского банковского сектора, мы гордимся своими знаниями, уникальным опытом, мы следим за всеми изменениями в банковской системе в мире и предоставляем клиентам безупречные профессиональные услуги. Честность и порядочность – фундамент Банка, его деловой репутации и главные принципы этического взаимодействия с партнерами и конкурентами по бизнесу, качественной работы с клиентами, выстраивания правильных отношений с акционерами и сотрудниками. Ответственность - гарантия качества деятельности. Банк принимает ответственность по взятым обязательствам, установленным требованиями законодательства, договорных отношений, обычаев делового оборота и морально-нравственных принципов. Клиентоориентированность. Доступный банк как для крупных компаний, так и для мелкого бизнеса, как для состоятельных, так и для людей с не очень высоким достатком. Мы считаем клиентов партнерами, мы работаем не для них, а вместе с ними.
----------	--	---

Требуется:

Проанализировав информацию в таблице, ответить на вопросы:

1. Как вы считаете, на какие группы клиентов ориентируются банки, исходя из их философии?
2. К какому типу банков относятся рассмотренные Вами кредитные институты?
3. Проводили ли банки ребрендинг или рестайлинг? Сколько раз проводили, и с какой целью?
4. Перечислите продуктовые банковские бренды и коротко расскажите о них.

Задание 2.

1. Используя данные официального сайта исследуемого банка, охарактеризуйте основные элементы бренда банка. Результаты представьте в виде таблицы.
2. На какие группы клиентов ориентируется банк, исходя из его философии? Свой ответ обоснуйте.
3. Расскажите о зонтичных брендах исследуемого банка.
4. Выделяет ли Банк бренды по направлениям бизнеса? Представьте их описание.
5. Приведите примеры продуктовых банковских брендов исследуемого банка.
6. Проанализируйте процессы ребрендинга и рестайлинга банка, выделите основные причины и последствия их проведения

7. Имеет ли исследуемый банк дочерние банки и филиалы в дальнем или ближнем зарубежье?

9. Прочтите текст «Сила банковского бренда» и ответьте на вопросы:

- Менялись ли слоган, логотип или философия исследуемого банка в зависимости от культурных или национальных традиций тех стран, где расположены «дочки» банка?

- На Ваш взгляд, стоит ли при расширении своего географического присутствия, вносить изменения в бренд?

«Сила банковского бренда»

HSBC, который в западных СМИ называют брендом-захватчиком, функционирует под слоганом The world's local bank - Местный банк для всего мира. Сообразно слогану, банк имеет дочерний и в России — HSBC Россия. Вот список некоторых регалий, которые HSBC получил за последние годы: лучший интернет-банк для физических лиц (The Banker), бренд с самой высокой стоимостью в сфере финансовых услуг (Brand Finance), 1-е место в рейтинге ТОП-1000 «Крупнейший мировой банк» (The Banker), лучший банк по управлению рисками (Global Markets Euromoney). Согласно своей философии, HSBC в каждой стране мира строит свою работу исходя из локальных ценностей.

Акцент делается на том, что культурная традиция признается банком мощным механизмом воздействия на восприятие, поэтому проводятся специальные программы обучения сотрудников с целью повышения их культурной компетентности. На одном из рекламных плакатов банка HSBC изображен кузнецик и указано, что в США он вредитель, в Китае – домашний питомец, а в Таиланде – пища. Этот рекламный ход призван подчеркнуть что в основу укрепления отношений с клиентами банка положено знание культурных традиций клиентов и уважение к ним. Что же касается незыблемых ценностей, то у HSBC они не связаны именно с финансами, а – с человеческими ценностями, причем с восточным акцентом.

Перечислим ценности банка. HSBC – Восприимчивый: «Мы будем предвосхищать и удовлетворять потребности наших клиентов во всем мире с помощью нашей способности объединить глобальный охват рынков и сегментов с местными знаниями и опытом». Прогрессивный: «Мы стремимся к постоянному совершенствованию качества, эффективности через работу в команде». Отзывчивый: «Мы будем действовать быстро, чтобы мы могли удовлетворить и превзойти постоянно меняющиеся ожидания наших клиентов». Почтительный: «Мы будем проявлять корпоративную ответственность в нашей деятельности, мы стремимся к благополучию и развитию наших местных общин». Честность: «Мы будем обращаться с клиентами, сотрудниками и поставщиками справедливо и объективно».

Анализ брендинга ПАО «Промсвязьбанк».

1. Используя данные официального сайта ПАО «Промсвязьбанк» (<https://www.psbank.ru/>) мною были рассмотрены основные составляющие банковского бренда исследуемого банка (таблица).

Таблица – Основные элементы банковского бренда ПАО «Промсвязьбанк»

	Элемент	ПАО «Промсвязьбанк»
1	Name	ПСБ
2	Логотип	

3	Слоган	Мы с вами.
4.4.1	Философия Миссия	Миссия Промсвязьбанка состоит из 4 пунктов, но основная для банка звучит так: «Мы работаем для людей». Банк способствует процветанию России, благополучию своих сотрудников и акционеров, решая финансовые вопросы клиентов, инвесторов и партнеров. В Уставе Банка выделены две основные цели деятельности: максимальное удовлетворение потребностей клиентов в качественных финансово-банковских услугах; повышение капитализации Банка, обеспечение рентабельности вложений акционеров и финансовой устойчивости Банка.
4.2	Ценности	Мы едины. Мы выросли в разных семьях, у нас разный жизненный и профессиональный опыт. Нас много, и мы разные. Тысячи людей не могут дышать, думать и действовать одинаково. Однако нас объединяют наши базовые ценности. Доброе имя. Мы дорожим нашим добрым именем, которое заслужили за годы упорной работы. Наши клиенты знают: «Промсвязьбанк» – это надежность и порядочность. Мы ценим такое отношение и понимаем, что доброе имя – наш капитал. Мы уверены, что управление деньгами должно быть этичным, а сами деньги должны работать на созидательные цели. Честность. Мы стремимся действовать с достоинством по отношению к себе и другим. Мы предлагаем клиентам, партнерам и инвесторам прозрачные условия сотрудничества. Мы не хотим и не будем лгать друг другу – совместная работа означает доверие. В сложных ситуациях, когда необходимо делать выбор, мы находим честное решение, учитывая интересы всех сторон. Надежные отношения с клиентом. Мы создаем долгосрочные отношения с клиентами. И будем делать все необходимое для того, чтобы человек, пришедший в банк, стал нашим постоянным клиентом и рекомендовал нас своим друзьям, знакомым, партнерам. Мы бережно относимся к доверию клиента и стремимся оправдать его. Командный дух. Наша команда – это единый живой организм. Наши отношения строятся на взаимном уважении, взаимопомощи и поддержке. Наш сотрудник – это человек, который осознанно и честно выполняет взятые на себя обязательства, работает с максимальной отдачей. Нам интересно вместе решать сложные задачи и добиваться выдающихся результатов. Патриотизм. Своей работой мы приумножаем материальные и духовные ценности России. Мы осознаем себя частью большой страны и вносим свой вклад в ее развитие. Мы заботимся о том месте, где живем – о стране, о городе, о доме. Мы заботимся о том месте, где работаем – о нашем банке. Семья. Мы уверены, что семья укрепляет и общество, и страну. Уважительное отношение к семье, забота о близких, о детях, о родителях – это ответственность каждого из нас. Своим трудом мы укрепляем благосостояние наших семей, а нашим душевным теплом поддерживаем и воодушевляем наших родных.

Критерии оценивания:

«Отлично» - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.

«Хорошо» - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

«Удовлетворительно» - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«Неудовлетворительно» - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

Тема 2.3 Осуществление переводов денежных средств по банковским счетам

Лабораторное занятие № 1-3

Выполнение и оформление расчетов платежными документами

Цель работы: усвоить порядок списания средств со счетов плательщика

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.7.1 Проводить мониторинг информации по вопросам платежных услуг

У 3.7.2 Оформлять пакет документов, связанных с проведением расчетных и кредитных операций

У 3.7.3 Оценивать достоверность, характер и содержание информационных сообщений по вопросу платежных услуг

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание 1. Выполнение операций по списанию денежных средств со счетов плательщика.

1. Провести операцию по списанию денежных средств со счета плательщика и оформить платежное поручение № 14 от 15 декабря 20__ года на перечисление денежных средств поставщику за материалы на сумму 41 800 руб.

Получатель: ООО «Яблоко», ИНН 334455678, р/сч 801 506 804 000 000 03456 БИК 345673456. Банк «Уралсиб».

Плательщик: ООО «ДОН», р/сч 121 343 565 000 000 01232, ИНН 487755667 БИК 558899441 ОАО КБ «Банк Москвы». Подписи руководителя Аистовой П.П., гл.бух. Пановой И.А.

2. Провести операцию по списанию денежных средств со счета плательщика и оформить

платежное поручение № 67 от 10 мая 20__ года на перечисление денежных средств поставщику за материалы на сумму 567 000 руб.

Получатель: ЗАО «Берн», ИНН 334455998, р/сч 801 506 804 000 234 03433 БИК 345673323. Банк «ВТБ-24».

Платательщик: ООО «Дина», р/сч 121 343 565 000 000 01676, ИНН 487755234 БИК 558899441 ОАО КБ «Банк Москвы». Подписи руководителя Смирнова П.Н., гл.бух. Макаровой И.А.

Задание 2. Выполнение операций с аккредитивами.

1.Предприятие ООО «Клод», расчетный счет 40702810700070025849 открывает безотзывной аккредитив своему поставщику АОЗТ «Окна», расчетный счет 40702810300000013796 02.02.20__ г. за поставленные товары по счету № 123

345 000рублей, в том числе НДС в сумме 76 800 рублей по решению суда в безакцептном порядке.

Выполните операции и оформите аккредитив.

2. Предприятие АОЗТ «Окна» открывает безотзывной аккредитив для расчета за товары и услуги поставщику ООО «Неман» на сумму 670 000 рублей.

Выполните операции и оформите аккредитив.

Задание 3. Выполнение операций с чеками.

1.Предприятие ООО «Клод», расчетный счет 40702810700070025849 получает расчетную чековую книжку для расчетов с поставщиками за товары и услуги. Выполните операции с чеками и составьте заявление в банк на получение расчетной чековой книжки.

2.Предприятие АОЗТ «Окна» получает лимитированную расчетную чековую книжку для расчета за товары и услуги поставщику ООО «Неман» 343 200 рублей.

Выполните операции с чеками и составьте заявление в банк на получение расчетной чековой книжки.

Задание 4. Выполнение операций с инкассовыми поручениями.

1.Предприятие ООО «Неман», расчетный счет 40702810700070025849 составило инкассовое поручение о взимании к своему поставщику АОЗТ «Окна», расчетный счет 40702810300000013796 02.02.20__ г. за поставленные товары по счету № 12 25673 рублей, в том числе НДС в сумме 5300 рублей по решению суда в безакцептном порядке.

Выполните расчетные операции и составьте инкассовое поручение.

2. Предприятие АОЗТ «Окна» составляет инкассовое поручение на взыскание средств с покупателя ООО «Клод» 2379 рублей за оказанные услуги по счету №22. Составить инкассовое поручение, если БИК банка АОЗТ «Окна» 044399743 корр.счет 30101810200000000743, БИК банка ООО «Клод» 044252593 корр.счет 30101810200000000774.

Выполните расчетные операции и составьте инкассовое поручение.

Критерии оценивания:

«Отлично» - задания решены правильно, заполнены все реквизиты платежных документов.

«Хорошо» - задания решены правильно, допущены незначительные ошибки при заполнении платежных документов.

«Удовлетворительно» - задания решены, допущены ошибки при заполнении платежных документов, задание выполнено при активной помощи преподавателя.

«Неудовлетворительно» - задания решены неправильно, грубые ошибки при выполнении заданий.

Тема 2.3 Осуществление переводов денежных средств по банковским счетам

Лабораторное занятие № 4-6

Осуществления межбанковских расчетов

Цель работы: усвоить порядок оформления межбанковских расчетов

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.7.1 Проводить мониторинг информации по вопросам платежных услуг

У 3.7.2 Оформлять пакет документов, связанных с проведением расчетных и кредитных операций

У 3.7.3 Оценивать достоверность, характер и содержание информационных сообщений по вопросу платежных услуг

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание 1. Сравнительный анализ различных способов осуществления межбанковских расчетов.

1. По корреспондентскому счету кредитной организации в РКЦ Банка России за текущий месяц были произведены следующие операции:

- получен межбанковский кредит в сумме 189500 рублей,
- произведена покупка иностранной валюты по поручению клиента в сумме 500 евро.
- перечислены денежные средства на текущие счета клиентов в сумме 989000 рублей.
- перечислены налоговые платежи в бюджет в сумме 789400 рублей.
- получены платежи от реализации ценных бумаг в сумме 234567 рублей.

Проведите анализ операций по централизованному способу межбанковских расчетов.

2. Составьте схему порядка зачисления и списания средств с корреспондентского счета кредитной организации в РКЦ Банка России. Укажите виды документов, оформляемые по расчетам кредитной организацией по корсчету.

Проведите анализ операций по централизованному способу межбанковских расчетов.

3. ПАО «ВТБ-24» открывает корреспондентский счет «ЛОРО-НОСТРО» в ПАО «Инкомбанк».

Проведите анализ операций по децентрализованному способу межбанковских расчетов.

4. Составьте схему расчетов по корреспондентским отношениям по прямым межбанковским расчетам в системе «ЛОРО-НОСТРО» с участием и без участия клирингового центра.

Сделайте вывод об эффективности расчетов в децентрализованной системе.

5. Составьте схему операций по корреспондентскому счету в РКЦ Банка России у кредитной организации по дебету и кредиту счета 30102 «Корреспондентские счета кредитных организаций в Банке России».

Укажите, какие операции может проводить кредитная организация на этом счете при наличии дебетового сальдо.

Задание 2. Документальное оформление межбанковских расчетов различными способами.

1. Кредитная организация ПАО «Мособлбанк» заключает договор о корреспондентских отношениях с кредитной организацией ПАО Сбербанк на условиях клиринговых расчетов.

Составьте договор о корреспондентских отношениях. Укажите права и обязанности сторон и размер комиссионного вознаграждения.

2. Кредитная организация ПАО «Инкомбанк» заключает договор о корреспондентских отношениях с кредитной организацией ПАО Сбербанк на условиях клиринговых расчетов.

Составьте договор о корреспондентских отношениях. Укажите права и обязанности сторон и размер комиссионного вознаграждения.

3. ПАО «Сбербанк РФ» открывает счет межфилиальных расчетов в МФЦ Банка России для Вологодского отделения №8638 для внутрифилиальных расчетов с клиентами. За текущий месяц были осуществлены следующие операции по данному счету:

- переводы средств по счетам клиентов между филиалами Сбербанка на сумму 456987 рублей.

- инкассирование средств по поручению клиентов между филиалами Сбербанка на сумму 676322 рублей.

- Покупка ценных бумаг по поручению клиентов на сумму 43578 рублей.

Оформите документы по этим операциям и отразите операции по счетам межфилиальных оборотов. Укажите БИК и корреспондентский счет филиала.

4. Составьте схему расчетов по межфилиальным оборотам в МФЦ Банка России кредитными организациями.

Укажите виды документов по этим расчетам и порядок выверки расчетов по корсчетам и субсчетам филиалов в конце месяца. Сделайте вывод.

5. Составьте схему организации расчетной работы РКЦ по корреспондентским счетам внутрибанковских операций. Укажите порядок расчетов и методику проверки счетов. Поясните порядок оформления расчетных документов по внутрибанковским операциям.

Задание 3. Проверка правильности оформления документации.

1. По корреспондентскому счету кредитной организации по межбанковским расчетам за текущий период произведены следующие операции: 1. открыты депозитные счета физическим лицам в рублях на сумму _____ рублей. 2. открыты депозитные счета юридическим лицам в иностранной валюте на сумму _____ евро. 3. Зачислены денежные средства по депозитным договорам с физическими лицами в сумме _____ рублей. 4. Зачислены проценты по депозитам физических лиц в сумме _____ рублей.

Отразите операции по счетам бухгалтерского учета. Укажите виды документов, оформляемых по каждой операции.

2. ПАО «Альфабанк» на текущий день имеет картотеку неоплаченных расчетных документов в РКЦ. Неоплаченные платежные документы: 1. по платежным поручениям клиентов на оплату налогов в бюджет на сумму _____ руб. 2. по платежным поручениям клиентов на перечисление средств на погашение кредита на сумму _____ руб. 3. по платежным требованиям Водоканала за услуги на сумму _____ руб.

Отразите порядок записей неоплаченных расчетных документов. Укажите порядок и очередность их оплаты. Сделайте вывод.

Порядок выполнения заданий:

1. Провести сравнительный анализ различных способов осуществления межбанковских расчетов.

2. Решение заданий по документальному оформлению межбанковских расчетов различными способами.

3. Провести проверку правильности оформления документации.

Критерии оценивания:

«Отлично» - задания решены правильно, самостоятельно.

«Хорошо» - задания решены правильно, задание выполнено при помощи преподавателя.

«Удовлетворительно» - задания решены, допущены ошибки, задание выполнено при активной помощи преподавателя.

«Неудовлетворительно» - задания решены неправильно, грубые ошибки при выполнении заданий.

Тема 2.4 Организация дистанционного банковского обслуживания
Практическое занятие № 10-12
Организация работы банка с использованием платежных карт

Цель работы: усвоить порядок расчетов с использованием пластиковых карт

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.8.1 Пользоваться системами дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.2 Оформлять пакет документов, связанных с подключением к системам дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.3 Осуществлять коммуникации, необходимые для подключения к системам дистанционного банковского обслуживания

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Задание 1

Банк-эмитент осуществляет эмиссию платежных карт Visa. Карты выпускаются в формате дебетовых и кредитовых расчетов. Кредитные карты выпускаются с кредитным лимитом на дебетовое сальдо в режиме овердрафт.

Клиент оформляет дебетовую платежную карту без овердрафта.

Отразите порядок оформления и выдачи платежной карты Visa клиенту. Перечислите условия получения карты и порядок ее авторизации.

Задание 2

Банк-эмитент осуществляет эмиссию платежных карт Mastercard. Карты выпускаются в формате дебетовых и кредитовых расчетов. Дебетовые карты выпускаются с кредитным лимитом на дебетовое сальдо в режиме овердрафт.

Клиент оформляет дебетовую платежную карту с овердрафтом.

Отразите порядок оформления и выдачи платежной карты Mastercard клиенту. Перечислите условия получения карты и порядок ее авторизации.

Задание 3

Банк-эмитент осуществляет эмиссию платежных карт Mastercard. Карты выпускаются в формате дебетовых и кредитовых расчетов. Дебетовые карты выпускаются с кредитным лимитом на дебетовое сальдо в режиме овердрафт.

Клиент оформляет кредитную карту с кредитным лимитом 450 000 рублей.

Отразите порядок оформления и выдачи платежной карты Mastercard клиенту. Перечислите условия получения карты и порядок ее авторизации.

Задание 4

Клиент банка является держателем дебетовой платежной карты Visa с овердрафтом на сумму 5600 рублей. На счете клиента 2356 рублей. Клиент осуществляет платежи в розничной

сети за товары и услуги на сумму 3400 рублей.

Отразите операцию по схеме документооборота розничного торгового предприятия.

Укажите порядок списания денежных средств с платежной карты клиента с учетом дебетового сальдо.

Задание 5

Клиент банка является держателем дебетовой платежной карты Visa с овердрафтом на сумму 700000 рублей. Клиент рассчитывается за товары и услуги в торговых точках за рубежом на сумму 300 долларов США.

Отразите порядок конвертации по операции расчета, укажите сумму конвертации и механизм списания средств с платежной карты.

Порядок выполнения заданий:

1. Оформление и выдача карты клиенту. Решить предложенные задания.
2. Осуществление операций по списанию и зачислению денежных средств на карту. Решить предложенные задания.
3. Перевыпуск банковской карты. Подготовка сообщения.
4. Дополнительные услуги, предлагаемые владельцу банковской карты. Подготовка сообщения.

Критерии оценивания:

«Отлично» - задания решены правильно, самостоятельно.

«Хорошо» - задания решены правильно, задание выполнено при помощи преподавателя.

«Удовлетворительно» - задания решены, допущены ошибки, задание выполнено при активной помощи преподавателя.

«Неудовлетворительно» - задания решены неправильно, грубые ошибки при выполнении заданий.

Тема 2.4 Организация дистанционного банковского обслуживания

Практическое занятие № 13-15

Сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов

Цель работы: приобретение навыков сбора информации о потенциальных клиентах и разработки программ лояльности

Выполнив работу, вы будете уметь:

У 3.8.1 Пользоваться системами дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.2 Оформлять пакет документов, связанных с подключением к системам дистанционного банковского обслуживания

У 3.8.3 Осуществлять коммуникации, необходимые для подключения к системам дистанционного банковского обслуживания

Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;

Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;

Материальное обеспечение:

законодательные и нормативные документы, учебники, СПС «Консультант-Плюс»

Кейс «Тенденции развития банковских программ лояльности».

Внимательно прочитайте текст и ответьте на вопросы.

Изменения, происходящие в финансовой индустрии, не могли не коснуться программ лояльности. Ведущие банки пересматривают свое отношение к данному инструменту, все чаще рассматривая программу лояльности, как стратегическое направление, а не просто способ стимулирования трат по банковской карте. Согласно исследованию компании Forrester Consulting только 13% опрошенных топ-менеджеров банков полностью удовлетворены своими программами лояльности. Вдвое больше опрошенных недовольны ее результатами.

Карточные программы лояльности есть практически у каждого банка и в основной своей массе мало чем отличаются друг от друга. 78% банков РФ из топ-50 предлагают своим клиентам как минимум одну программу лояльности. Не так давно компания Frank Research Group провела исследование рынка банковских программ лояльности. 78% банков РФ из топ-50 предлагают своим клиентам как минимум одну программу лояльности. Насколько они выгодны? По большинству (62%) карт Cash Back возврат средств составляет менее 1%, по бонусным картам начисляется 1,5–2,5%. С учетом стоимости обслуживания окупаемость подобных карт — более полутора лет.

Эффективность банковских программ лояльности как инструмента удержания клиентов также вызывает вопросы. По статистике, держатели карт лояльности в США на самом деле гораздо менее лояльны банку. Многие из них оформляют карту только для того, чтобы получить вознаграждение или воспользоваться специальными условиями.

Конечно, нельзя сказать, что банковские программы лояльности в своем текущем виде мертвы. По словам представителей ведущих российских банков, оборот по картам участников программ лояльности превышает оборот по картам других клиентов. В России есть целый ряд успешных проектов. Среди них выделяются коалиционные программы, так как они предлагают широкие возможности по накоплению и погашению бонусов. Кобрендинговые проекты привлекательны для реализации нишевых программ. Cash-back карты хороши своей простой и понятной клиенту механикой. Эта схема особо актуальна сейчас, когда у населения серьезно сократился уровень доходов, и вопрос экономии выходит на первый план.

В последние годы финансовая индустрия активно ищет новые пути для своего развития. Появляются технологии, которые со временем могут принципиально изменить рынок, трансформируется модель взаимодействия с клиентом, все больше перемещаясь в цифровую среду, развиваются альтернативные форматы оказания финансовых услуг.

Не так давно платежная система Visa объявила о запуске Visa Commerce Network. Это программа позволит продавцам делать целевые предложения владельцам карт Visa, минуя банки. Данная инициатива грозит изменить правила игры. По крайней мере, банкам точно придется искать новые модели мотивации клиентов, чтобы не стать третьим лишним.

Все это не могло не повлиять на банковские программы лояльности. Если ранее данный инструмент использовался исключительно для стимулирования операций по карте, то теперь внимание смещается в сторону формирования позитивного клиентского опыта, улучшения отношений с клиентами, увеличения share of wallet. Появился термин «total relationship loyalty», отражающий новую парадигму в области управления отношениями с клиентами.

Клиенты пресыщены похожими друг на друга программами лояльности. Любой уважающий себя ритейлер, телеком-оператор или банк имеет свою программу, где можно получать бонусы или скидки. Чем больше программ появляется на рынке, тем меньше их совокупная ценность.

Основная масса представленных на рынке программ действует только для якорных продуктов — дебетовая или кредитовая карта. При этом ипотека и потребительские кредиты, вклады и инвестиции, а также другие продукты и услуги остаются «за бортом» программы лояльности. Отсутствует комплексная модель стимулирования.

Новый подход базируется на тезисе, что банк должен создать экосистему для удовлетворения всего спектра финансовых потребностей клиентов — настоящих и будущих.

Клиенту должно быть выгодно и удобно доверить все свои финансовые операции одному банку, а не разделять их по двум или трем. Программа лояльности при этом выступает как связующее звено между различными продуктами и услугами. Она стимулирует клиента удовлетворять все свои финансовые потребности через «одно окно».

Первопроходцем в реализации данного подхода стала программа Citi под названием Thank you. Клиенты получают баллы практически за любые каждодневные операции — использование кредитной карты, хранение средств на депозите, получение ссуды и т. д. Накопленные бонусы можно потратить в банке (например, для оплаты ипотеки и кредитов на обучение) или у многочисленных партнеров. Российские банки не отстают от западных коллег. Программы «Коллекция» ВТБ24 и «PSBonus» Промсвязьбанка также распространяются на широкий спектр продуктов и услуг.

Последние годы финансовая отрасль активно трансформируется. Это не могло не повлиять на банковские программы лояльности. Главный тренд — изменения отношения к данному инструменту. Если ранее банки использовали программы лояльности для стимулирования объема и частоты трат по карте, то теперь внимание уделяется и таким аспектам, как клиентский опыт, улучшение отношений с клиентами, увеличение share of wallet, росту удовлетворенности услугами банка.

Порядок выполнения заданий:

1. Оценить ситуацию. Выбрать ключевую информацию.
2. Рассказать о программах лояльности в вашем банке. Чем они привлекательны для клиентов?
3. Спрогнозируйте пути развития ситуации и определите возможности банка по повышению лояльности.

Кейс «Банковские услуги не вызывают у людей эмоционального интереса». Внимательно прочитайте кейс и дайте ответы на представленные ниже вопросы.

Действительно, ни один банковский продукт не вызывает у потребителей такой энтузиазм, как iPod или Harley. Нет человека, который бы предвкушал, что его банк скоро запустит новый автокредит. Нужно прекратить продавать банковские продукты. Нужно продавать решения, которые помогают людям достичь определенных результатов. Давайте перестанем говорить об автокредите, давайте будем говорить о решении, которое позволит купить новую машину. И неважно, что входит в это решение — просто автокредит, или автокредит и сберегательный счет, или автокредит, сберегательный счет плюс страховка.

В этой упаковке могут быть самые разные модули, важно, чтобы предлагалось решение для достижения определенной цели. Для этого необходимо выяснить потребности клиента и начать вместе с ним планировать пути достижения целей. Не только тех целей, которые есть у клиента сегодня, но и тех, которые будут у него через полгода, через год, через два.

Вопросы:

1. Согласны ли Вы с вышеприведенными тезисами? Почему? Изложите свой взгляд на ситуацию.
2. Существует ли проблема? Если да, предложите варианты ее решения.
3. На примере трех продуктов банка (информация, представленная на сайте; реклама; паспорт банковского продукта), в котором Вы проходили практику, расскажите каким образом банк вызывает эмоциональный интерес потенциальных клиентов.

Кейс «Хранители семейных ценностей: кому доверяют свои деньги богатые русские» Внимательно прочитайте кейс и ответьте на представленные ниже вопросы.

Западные банки остаются предпочтительным вариантом для состоятельных клиентов из России, но кризис и санкции укрепили позиции их отечественных конкурентов. В условиях санкций работа западных банков с российскими миллионерами существенно изменилась.

Какие российские банки могут заменить швейцарские? Чтобы ответить на этот вопрос, Forbes решил составить рейтинг лидеров глобальной и российской индустрии private banking и wealth management. Было опрошено 123 банка и финансовые компании, под управлением которых находится более \$150 млрд, полученных от русских клиентов. Номинантов на звание лучших в разных сегментах Forbes оценил по уникальной единой методике.

Результат рейтинга: лучшие иностранные банки для размещения крупных российских капиталов от \$20 млн — это швейцарские Credit Suisse, Julius Baer и UBS. И это неудивительно. По данным отчета Boston Consulting Group (BCG) за 2016 год, русские миллионеры держали в Швейцарии более \$200 млрд, что почти в полтора раза превышает объем депозитов монополиста российского рынка, Сбербанка. Оценить значение этих банков для России можно на примере UBS. По данным банка, всего с развивающихся рынков его управляющие в первом квартале 2017 года привлекли \$171 млрд. На Россию из этих денег, по оценке Forbes, приходится \$43 млрд.

В прошлом году финансовые активы россиян, по данным BCG, выросли на 25%, до \$2 трлн. Их рост в два раза превысил глобальный показатель роста финансового капитала. Частные банкиры должны радоваться, но все оказалось не так просто. Год назад глава Julius Baer Group Борис Колларди жаловался деловым СМИ, что его бизнес в России замер, так как

«россияне ждут, пока станет понятно, в каком направлении будут двигаться санкции». Доступ к услугам западных банков для многих россиян действительно оказался закрыт.

Сегодня новых клиентов из России не берется обслуживать практически ни один банк Канады и Великобритании. Европейские банки, по словам одного западного инвестбанкира, стали заложниками американского регулирования: «В последние годы они уже выплатили органам власти США значительные суммы в виде штрафов за работу с клиентами из стран под экономическими санкциями и за содействие в уклонении от уплаты налогов и теперь перестраховываются». По его словам, крупнейшие банки с высокими стандартами управления юридическим риском, например UBS или Credit Suisse, чаще всего отказываются от работы с так называемыми политически значимыми лицами (PEP, politically exposed person). Открытие счета в таких банках недоступно высокопоставленным чиновникам, топ-менеджерам госкорпораций и даже бывшим сенаторам и депутатам, а также их родственникам и их фондам.

Возможно ли в этом случае импортозамещение? «Банковские сервисы для ультрабогатых клиентов в российских и глобальных банках существенно различаются. Глобальные банки могут удовлетворить более широкий круг запросов клиентов по инвестированию, доступу на рынки капитала, получению профессиональной аналитики, планированию преемственности и услугам семейного офиса», — утверждает глава отделения частного банковского обслуживания Credit Suisse в России Дмитрий Кушаев. У русских банков есть свои преимущества. Многим клиентам комфортнее с российскими банками, потому что здесь их лучше понимают, говорит руководитель Private Banking Газпромбанка Дмитрий Пешнев-Подольский. И все же около 70% капиталов состоятельных россиян, по его словам, сегодня размещены за рубежом. Есть и другие мнения. «Private banking в России недоразвитый и часто бесполезный. Клиентские менеджеры непрофессиональны», — считает миллионер, собственник строительного бизнеса.

Порядок выполнения заданий:

1. Оценить ситуацию.
2. Выбрать ключевую информацию.
3. Спрогнозировать пути развития ситуации.
4. Дать ответ: «Что, на ваш взгляд, подразумевается под термином «Личный банкир»?»
5. Дать ответ: «В чем заключается различие подходов банка при предоставлении

услуг

Private Banking от стандартных продуктов физическим лицам?»

6. Дать ответ: «В чем отличие VIP-клиентов от клиентов, обслуживаемых по программе Private Banking»?
7. Дать ответ: «По каким параметрам оценивается работа банка с VIP-клиентами»?
8. Охарактеризуйте Private Banking в банке, где Вы проходили практику.

Критерии оценивания:

«Отлично» - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса.

«Хорошо» - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.

«Удовлетворительно» - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.

«Неудовлетворительно» - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию