

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖШКОЛЬНЫЙ УЧЕБНЫЙ КОМБИНАТ»**

Программа рассмотрена
МС МБУДО «МУК»
Протокол № 1/1
«05» сентября 2017 г.



Утверждаю
Директор МБУДО «МУК»
И.П. Черняева
Приказ № 284/1 от «05» сентября 2017 г.

**ПРОГРАММА
профессионального обучения
для обучающихся 10-11 классов**

«АГЕНТ БАНКА»

Составитель:
Мишуринская Наталья Анатольевна,
мастер производственного обучения

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Сегодня без денежных операций и самих банкнот не обходится ни одна сфера жизни, и поэтому агент банка – довольно востребованная профессия с широкими возможностями.

Агент банка – это человек, продающий потенциальным клиентам услуги банка, на который он работает. Его задачами является поиск и привлечение новых клиентов, продвижение банковских продуктов и услуг.

Программа разработана и реализуется на основании:

- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. № 292 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 июля 2013 г. № 513 «Об утверждении перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;
- Общероссийского классификатора профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов ОК 016-94 (ОКПДТР) (принят постановлением Госстандарта РФ от 26 декабря 1994 г. N 367) (с изменениями и дополнениями).

Программа профессиональной подготовки по должности служащего «Агент банка» предназначена для учащихся 10-11 классов в качестве служащих для выполнения необходимой технической работы при заключении банковских договоров и осуществления работ по продвижению и продажам банковских продуктов и услуг.

Цель программы: теоретическая, методическая и практическая подготовка агентов банка для осуществления продаж банковских продуктов и услуг, разработки новых видов банковских продуктов и услуг и продвижения их на банковском рынке.

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи:**

- сформировать у старшеклассников готовность к проектированию своего профессионального жизненного пути;
- способствовать освоению необходимых знаний в области банковского дела, делового этикета и коммуникаций, основ банковского маркетинга;
- развивать профессионально значимые качества агента банка, коммуникативные умения;
- сформировать положительную мотивацию на получение образования по специальности «банковское дело» или «финансы и кредит».

Программа профессионального обучения «Агент банка» имеет финансово-экономическое направление, рассчитана на два года обучения из расчета 2 часа в неделю, общий объем нагрузки составляет 164 часа, в т.ч. на производственную практику отведено 30 часов. В случае реализации программы из расчета 4 часа в неделю может быть реализована в течение одного года.

Количество обучающихся в группе – до 15 человек.

Структура и содержание программы представлены учебным планом, учебно-тематическими планами и содержанием разделов.

В учебном плане программы **содержится перечень разделов** с указанием объемов времени, отводимых на их освоение, определены формы промежуточной аттестации.

В учебно-тематическом плане по каждому разделу раскрывается **последовательность изучения тем**, указывается распределение учебных часов на теорию и практику.

При составлении календарного учебного графика педагог самостоятельно выбирает последовательность изучения разделов, при этом допускается их параллельное изучение.

Занятия по программе «Агент банка» позволяют старшеклассникам приобрести социальный опыт, снимут коммуникационные барьеры, прививая при этом навыки конструктивного общения, активизируют их личностный потенциал. Данное профессиональное направление развивает, в первую очередь, лидерские качества, умение заинтересовать, убедить и вести за собой.

Методы обучения: объяснительно-иллюстративный рассказ, фронтальная поисковая беседа, мини-исследование, обсуждение наблюдений, решение финансовых задач, проблемных ситуаций, тренинги, игры, проектирование, практикумы, экскурсии и др.

Основными формами проведения занятий, наряду с традиционными (лекциями, практикумами), являются и активные формы работы (организационно-деятельностные и деловые

игры и др.).

Программа обучения состоит из следующих разделов:

- Рынок банковских продуктов и услуг;
- Депозитные операции банка;
- Кредитные операции банка;
- Исследование банковского рынка;
- Коммуникации в деловой сфере;
- Основы маркетинга;
- Банковский маркетинг.

Изучение разделов программы завершается промежуточной аттестацией в форме «зачета».

Для изучения разделов могут быть приглашены специалисты-педагоги из числа работников МБУДО «МУК» и другие узкие специалисты.

Первый год обучения завершается производственной практикой (30 часов) в форме исследовательской работы.

Завершается обучение итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена по теоретическим вопросам и практическим заданиям. Практическая часть экзамена может быть заменена защитой экзаменационного (исследовательского) проекта по выбору учащегося. По итогам экзамена учащимся выдается свидетельство установленного образца с присвоением квалификации «Агент банка».

КВАЛИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Должностные обязанности. Осуществляет поиск информации о состоянии рынка банковских продуктов и услуг. Ориентируется в продуктовой линейке банка. Выявляет мнение клиентов о качестве банковских услуг и представляет информацию в банк. Выявляет потребности клиентов. Определяет преимущества банковских продуктов для клиентов. Консультирует потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах из продуктовой линейки банка. Выбирает схемы обслуживания, выгодные для клиента и банка. Формирует положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка. Использует личное имиджевое воздействие на клиента. Переадресовывает сложные вопросы другим специалистам банка. Организует и проводит презентации банковских продуктов и услуг. Использует различные формы продвижения банковских продуктов. Осуществляет сбор и использование информации с целью поиска потенциальных клиентов.

Должен знать:

- определения «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт»;
- классификацию банковских операций;
- особенности банковских услуг и их классификацию;
- продукты и услуги, предлагаемые банком, их преимущества и ценности;
- основные банковские продукты для частных лиц;
- организационно-управленческую структуру банка;
- составляющие успешного банковского бренда;
- роль бренда банка в продвижении банковских продуктов;
- особенности продажи банковских продуктов и услуг;
- основные формы продаж банковских продуктов;
- 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;

- приёмы коммуникации;
- способы выявления потребностей клиентов;
- каналы для выявления потенциальных клиентов.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы профессионального обучения
«АГЕНТ БАНКА»

| № п/п | Наименование разделов | Общее количество часов | Формы промежуточной аттестации |
|-------|-------------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| 1. | Рынок банковских продуктов и услуг. | 28 | Зачет |
| 2. | Депозитные операции банка. | 8 | Зачет |
| 3. | Кредитные операции банка. | 16 | Зачет |
| 4. | Исследование банковского рынка. | 18 | Зачет |
| 5. | Коммуникации в деловой сфере. | 14 | Зачет |
| 6. | Основы маркетинга. | 18 | Зачет |
| 7. | Банковский маркетинг. | 24 | Зачет |
| 8. | Производственная практика | 30 | Отчет, презентация |
| | Консультации | 6 | |
| | Экзамен | 2 | |
| | ВСЕГО: | 164 | |

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «РЫНОК БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ»

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|-------|---|------------------|-----------|-----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Введение в программу. | 1 | 0 | 1 |
| 2. | История появления банков. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 3. | Нормативные документы в РФ сфере банковского дела. | 1 | 0 | 1 |
| 4. | Банки и банковская система РФ. | 2 | 1 | 3 |
| 5. | Значение функций Центрального банка для экономики в целом. | 1 | 1 | 2 |
| 6. | Организационные структуры управления банком. | 1 | 1 | 2 |
| 7. | Основные операции коммерческого банка. | 1 | 1 | 2 |
| 8. | Деловая игра «Операции коммерческого банка». | 0 | 2 | 2 |
| 9. | Нетрадиционные операции банка. | 2 | 2 | 4 |
| 10. | Расчетно-платежные и кассовые операции банка. | 1 | 1 | 2 |
| 11. | Банковские карты: понятие и виды. Пластиковая безопасность. | 1 | 1 | 2 |
| 12. | Операции банка с ценными бумагами. | 1 | 1 | 2 |
| 13. | Валютные операции банка. | 1 | 2 | 3 |
| | Зачет по разделу. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | <i>Итого по разделу</i> | 14 | 14 | 28 |

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛА «РЫНОК БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ»

Тема № 1. Введение в программу – 1 час.

Теория – 1 час

Цели и задачи программы. Требования к знаниям и умениям агента банка. Правила техники безопасности и охраны труда. Обзор направлений среднего профессионального и высшего образования в сфере экономики.

Тема № 2. История появления банков – 1 час.

Теория – 0,5 часа

История возникновения банковского дела в мире. Храмы как первые «банки». Первые деньги. Первые «банкиры»: меняли, ростовщики, трапезиты, арги-рамойсы. Развитие банковского дела в истории России.

Практика – 0,5 часа

Составление хронологической таблицы по истории банковского дела по образцу.

Тема № 3. Нормативные документы в РФ сфере банковского дела – 1 час.

Теория – 1 час

Обзор статей Гражданского кодекса РФ от 26.01.1996 № 14-ФЗ, основных понятий Федерального закона «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1-ФЗ («кредитная организация», «банк», «банк с универсальной лицензией», «Банк с базовой лицензией», «небанковская кредитная организация», «иностранный банк»).

Тема № 4. Банки и банковская система РФ – 3 часа.

Теория – 2 часа

Характеристика видов банков: коммерческий, сберегательный, инновационный, инвестиционный, ипотечный. Двухуровневая банковская система РФ.

Практика – 1 час

Обзор банков и филиалов банков, расположенных на территории города Ханты-Мансийска, определение их видов и рейтинга.

Тема № 5. Значение функций Центрального банка для экономики в целом – 2 часа.

Теория – 1 час

Правовое положение Центрального банка Российской Федерации (ЦБ РФ). Функции ЦР РФ. Организационная структура ЦБ РФ: центральный аппарат, территориальные Главные управления, расчетно-кассовые центры.

Практика – 1 час

Обзор сходств и отличий организации деятельности центральных банков России, Франции, Германии и США.

Тема № 6. Организационные структуры управления банком – 2 часа.

Теория – 1 час

Типология организационно-управленческих структур банка. Классические структуры: функциональные (основные и обеспечивающие подразделения), дивизионные (фронт-офис, мидл-офис, бэк-офис). Адаптивные структуры: проектные, матричные, конгломератные.

Практика – 1 час

Работа в группах:

- 1) Функциональная структура: распределение отделов банка по их функционалу на основные и обеспечивающие;
- 2) Определение достоинств и недостатков следующих видов дивизионной структуры: региональной, продуктовой, ориентированной на потребителя;
- 3) Определение достоинств и недостатков видов адаптивной структуры: проектной, матричной, конгломератной.

Тема № 7. Основные операции коммерческого банка – 2 часа.

Теория – 1 час

Разделение основных операций банка на активные и пассивные. Разбор понятий «баланс банка», «резервы банка», «обязательные резервы», «избыточные резервы». Назначение обязательных и избыточных резервов, формулы для их расчета.

Практика – 1 час

Определение платежеспособности банка по наличию обязательных и избыточных резервов.

Тема № 8. Деловая игра «Операции коммерческого банка» – 2 часа.

Практика – 2 часа

Проведение деловой игры «Операции коммерческого банка», имитирующую ситуацию выполнения банком своих основных операций «принять вклад», «снять вклад», «выдать ссуду» в течение 3-х рабочих дней в определенный промежуток времени.

Тема № 9. Нетрадиционные операции банка – 4 часа.

Теория – 2 часа

Нетрадиционные операции банка: траст, лизинг, рентинг, хайринг, факторинг, овердрафт, форфейтинг. Методы расчета лизинговых платежей, суммы овердрафта и факторинга.

Практика – 2 часа

Решение задач по расчету лизинговых платежей, суммы овердрафта и факторинга.

Тема № 10. Расчетно-платежные и кассовые операции банка – 2 часа.

Теория – 1 час

Основные понятия «расчет», «платеж», «платежный оборот», «счет». Виды счетов: расчетный, текущий, бюджетный, ссудный, депозитный. Пакет документов для открытия счета. Порядок ведения кассовых операций. Характеристик операционных касс. Формы и принципы организации безналичных расчетов. Расчет платежными поручениями. Электронные расчеты.

Практика – 1 час

Создание интеллект-карты по теме.

Тема № 11. Банковские карты: понятие и виды. Пластиковая безопасность – 2 часа.

Теория – 1 час

Платёжные системы банковских карт. Кредитные и дебетовые карты. Виды пластиковых карт в зависимости от назначения. Виды пластиковых карт по категории клиентов. Виды пластиковых карт по характеру применения. Виды пластиковых карт по методу записи сведений. Безопасность пластиковых карт.

Практика – 1 час

Разработка инфографики по теме «10 правил пластиковой безопасности».

Тема № 12. Операции банка с ценными бумагами – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «ценная бумага». Участники операций с ценными бумагами. Основные виды ценных бумаг: акция, облигация. Основные свойства акции и облигации. Доходность ценных бумаг (понятия «номинальная цена», «курс», «доходность», «дивиденд», «процент»).

Практика – 1 час

Сравнение характеристик акции и облигации по критериям: «права владельца ценной бумаги», «срок обращения ценной бумаги», «наименование дохода», «риск».

Тема № 13. Валютные операции банка – 3 часа.

Теория – 1 час

Нормативное валютное регулирование. Понятие «валюта», «валютный курс». Наличная и безналичная валюта. Классификация валют: по отношению к государству-эмитенту, по возможности обмена на другую валюту, по сроку действия, по соотношению валютных курсов, по степени использования. Ведущие мировые валюты.

Практика – 2 часа

Определение и распределение в порядке убывания валютного курса одного рубля к одной единице свободно конвертируемой валюты. Решение задач по определению курса валюты.

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 0,5 часа

Решение задач (по вариантам).

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН РАЗДЕЛА «ДЕПОЗИТНЫЕ ОПЕРАЦИИ БАНКА»

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|-------------------------|---|------------------|----------|----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Депозитные операции банка: основные понятия. | 1 | 0 | 1 |
| 2. | Вклад: виды и условия. | 1 | 0 | 1 |
| 3. | Расчет вклада по формулам простого и сложного процента. | 1 | 3 | 4 |
| 4. | Система страхования вкладов. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | Зачет по разделу | 0,5 | 0,5 | 1 |
| <i>Итого по разделу</i> | | 4 | 4 | 8 |

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛА «ДЕПОЗИТНЫЕ ОПЕРАЦИИ БАНКА»

Тема № 1. Депозитные операции банка: основные понятия – 1 час.

Теория – 1 час

Понятие «депозитные операции банков». Классификация депозитных операций банков и их краткая характеристика. Формула для расчёта доли средств, хранящихся на счетах до востребования.

Тема № 2. Вклад: виды и условия – 1 час.

Теория – 1 час

Понятие «вклад». Отличие вклада от депозита. Виды вклада: вклад до востребования, срочный вклад (сберегательный, накопительный, расчетный). Индексируемый вклад, мультивалютный вклад.

Тема № 3. Расчет вклада по формулам простого и сложного процента – 4 часа.

Теория – 1 час

Методика расчета вкладов по формулам простого и сложного процента.

Практика – 3 часа

Решение задач.

Тема № 4. Система страхования вкладов – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Федеральный закон «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» от 23.12.2003 № 177-ФЗ. Система обязательного страхования вкладов (ССВ). Процедура страхового возмещения.

Практика – 0,5 часа

Разработка памятки «Советы вкладчикам».

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 0,5 часа

Решение задач (по вариантам).

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «КРЕДИТНЫЕ ОПЕРАЦИИ БАНКА»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|----------|---|------------------|----------|-------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Кредитные операции банка, их сущность, значение. Функции кредита. | 2 | 0 | 2 |
| 2. | Формы и классификация кредита. | 1 | 0 | 1 |
| 3. | Организация кредитного процесса в банке. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 4. | Сопровождение кредита. Формы обеспечения возвратности кредита. | 1 | 1 | 2 |
| 5. | Оценка кредитоспособности заемщиков. | 0,5 | 1,5 | 2 |
| 6. | Определение минимальной суммы обеспечения по планируемому к выдаче кредиту. | 1 | 1 | 2 |
| 7. | Оформление потребительских кредитов. | 1 | 1 | 2 |
| 8. | Расчет стоимости кредита. | 1 | 2 | 3 |
| | <i>Зачет по разделу</i> | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | <i>Итого по разделу</i> | 8,5 | 7,5 | 16 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «КРЕДИТНЫЕ ОПЕРАЦИИ БАНКА»**

Тема № 1. Кредитные операции банка, их сущность, значение. Функции кредита – 2 часа.

Теория – 2 часа

Введение понятия «кредитная операция». Разграничение понятий «заём», «ссуда», «кредит». Принципы банковского кредитования: целевой характер, дифференцированность, возвратность, платность, срочность, обеспеченность, платность. Функции кредита: распределительная, эмиссионная, контрольная.

Тема № 2. Формы и классификация кредита – 1 час.

Теория – 1 час

Классификация кредитов: по сроку (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные), обеспеченности (обеспеченный, необеспеченный/бланковый), способу погашения, сроку погашения, способу и характеру погашения процентов.

Тема № 3. Организация кредитного процесса в банке – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Организация кредитного процесса, кредитная стратегия, кредитная политика.

Практика – 0,5 часа

Определение этапов кредитного процесса.

Тема № 4. Сопровождение кредита. Формы обеспечения возвратности кредита – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «сопровождение кредита». Действия по сопровождению кредита: оценка финансового состояния заемщика, проверка сохранности заложенного имущества и его ликвидности, контроль своевременного поступления процентов за кредит, ведение деловой

переписки с клиентом, ежемесячное проведение анализа ссудного портфеля. Формы обеспечения возвратности кредита: залог, поручительство, банковская гарантия.

Практика – 1 час

Определение популярных для клиентов форм обеспечения возвратности кредита на основе предложений банка.

Тема № 5. Оценка кредитоспособности заемщиков – 2 часа

Теория – 0,5 часа

Критерии кредитоспособности клиента. Финансовые коэффициенты оценки кредитоспособности клиентов коммерческого банка: коэффициент текущей ликвидности, Коэффициент быстрой (оперативной) ликвидности, коэффициент прибыльности.

Практика – 1,5 часа

Расчет коэффициентов оценки кредитоспособности.

Тема № 6. Определение минимальной суммы обеспечения по планируемому к выдаче кредиту – 2 часа.

Теория – 1 час

Основные критерии для расчета минимальной суммы кредита: срок кредитования, примерный месячный платеж, качество кредитной истории, величина дохода, наличие иждивенцев.

Практика – 1 час

Определение минимальной суммы обеспечения по планируемому к выдаче кредиту, в т.ч. с использованием кредитных калькуляторов (оффлайн и онлайн).

Тема № 7. Оформление потребительских кредитов – 2 часа.

Теория – 1 час

Оформление потребительских кредитов: основные действия банковского работника.

Практика – 1 час

Решение кейсов, разбор ситуаций.

Тема № 8. Расчет стоимости кредита – 3 часа.

Теория – 1 час

Формула расчета суммы кредита, суммы процентов по кредиту (прямые и обратные формулы).

Практика – 2 часа

Решение задач.

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 0,5 часа

Решение задач (по вариантам).

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «ИССЛЕДОВАНИЕ БАНКОВСКОГО РЫНКА»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|--------------------------------|--|------------------|-----------|-----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Исследование банковского рынка. | 1 | 0 | 1 |
| 2. | Изучение потребителей банковских услуг. | 0 | 1 | 1 |
| 3. | Особенности исследования спроса на различные виды банковских услуг. | 1 | 3 | 4 |
| 4. | Прогнозирование спроса на банковские услуги. | 1 | 3 | 4 |
| 5. | Анализ рынка: определения конкурентной позиции и проведение сегментации рынка. | 1 | 3 | 4 |
| 6. | Резервное время. | 0 | 2 | 2 |
| | Зачет по разделу | 1 | 1 | 2 |
| <i>Итого по разделу</i> | | 5 | 13 | 18 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «ИССЛЕДОВАНИЕ БАНКОВСКОГО РЫНКА»**

Тема № 1. Исследование банковского рынка – 1 час.

Теория – 1 час

Основные элементы банковского рынка: сбор информации, анализ рынка, наблюдение за рынком, прогнозирование рынка.

Тема № 2. Изучение потребителей банковских услуг – 1 час.

Практика – 1 час

Составление анкеты по изучению потребителей банковских услуг, проведение анкетирования.

Тема № 3. Особенности исследования спроса на различные виды банковских услуг – 4 часа.

Теория – 1 час

Алгоритм проведения исследования спроса на различные виды банковских услуг.

Практика – 3 часа

Проведение исследования по изучению спроса на конкретную банковскую услугу ().

Тема № 4. Прогнозирование спроса на банковские услуги – 4 часа.

Теория – 1 час

Этапы прогнозирования спроса на банковские услуги

Практика – 3 часа

Составление прогноза спроса на конкретную банковскую услугу.

Тема № 5. Анализ рынка: определения конкурентной позиции и проведение сегментации рынка – 4 часа.

Теория – 1 час

Определение соотношения спроса и предложения на банковские продукты и услуги. Понятие «сегментация рынка». Рыночный сегмент и рыночная ниша. Корпоративный и розничный сегмент. Критерии сегментации рынка. Критерии розничного рынка.

Практика – 3 часа

Анализ сегментирования банковского рынка по конкретному банковскому продукту по этапам:

1. Определение возможных признаков сегментирования;
2. Проведение опроса;
3. Определение «пригодных» признаков сегментирования;

4. Выделение сегментов;
5. Формулировка сегментов;

Тема № 6. Резервное время – 2 часа.

Практика – 2 часа

Подготовка к производственной практике. Разбор видов работ по производственной практике. Инструктаж по правилам безопасности и охране труда на рабочем месте.

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 1 час

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 1 час

Решение кейсов.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|-------------------------|--|------------------|----------|-----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Деловое общение. Понятие делового общения. Восприятие в процессе общения. | 1 | 0 | 1 |
| 2. | Механизмы восприятия и понимания. Системы представления информации: визуальная, аудиальная, кинестетическая. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 3. | Коммуникационный процесс в деловом общении. Этапы коммуникации. | 1 | 0 | 1 |
| 4. | Основные понятия речевой коммуникации. Модель речевой коммуникации. | 1 | 0 | 1 |
| 5. | Формы деловой коммуникации. | 1 | 1 | 2 |
| 6. | Применение различных форм деловой коммуникации в банках. | 0 | 2 | 2 |
| 7. | Деловой имидж. Принципы построения делового имиджа. | 1 | 1 | 2 |
| 8. | Современный деловой этикет. | 1 | 1 | 2 |
| 9. | Формирование имиджа делового человека. | 0 | 1 | 1 |
| | Зачет по разделу. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| Итого по разделу | | 7 | 7 | 14 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ»**

Тема № 1. Деловое общение. Понятие делового общения. Восприятие в процессе общения – 1 час.

Теория – 1 час

Понятия «общение», «деловое общение». Функции общения. Особенности делового общения. Роль восприятия в процессе общения. ошибки восприятия.

Тема № 2. Механизмы восприятия и понимания. Системы представления информации: визуальная, аудиальная, кинестетическая – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Психологические механизмы восприятия и понимания при межличностном общении: идентификация, эмпатия и рефлексия, аттракция. Системы представления информации: визуальная, аудиальная, кинестетическая

Практика – 0,5 часа

Тестирование на определение ведущего вида восприятия информации: визуальной, аудиальной, кинестетической.

Тема № 3. Коммуникативный процесс в деловом общении. Этапы коммуникации – 1 час.

Теория – 1 час

Понятие коммуникационного процесса и его элементы. Этапы коммуникации. Модель процесса коммуникаций.

Тема № 4. Основные понятия речевой коммуникации. Модель речевой коммуникации – 1 час.

Теория – 1 час

Основные понятия речевой коммуникации: коммуникация, язык, речь. Формы речевой коммуникации (устная и письменная), признаки речевой коммуникации (условия общения, количество участников, цель общения, характер ситуации). Виды речевой деятельности: говорение, слушание, письмо, чтение. Модель речевой коммуникации

Тема № 5. Формы деловой коммуникации – 2 часа.

Теория – 1 час

Формы деловой коммуникации: деловая беседа, деловые переговоры, собеседование, спор, деловое совещание, презентация, торги, деловая переписка, пресс-конференция.

Практика – 1 час

Разбор ситуаций.

Тема № 6. Применение различных форм деловой коммуникации в банках – 2 часа.

Практика – 2 часа

Составление идеальной модели одной из форм деловой коммуникации в банках (межуровневые коммуникации, коммуникации между различными подразделениями, коммуникации руководитель-подчиненный, межличностные коммуникации, неформальные коммуникации).

Тема № 7. Деловой имидж. Принципы построения делового имиджа – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «деловой имидж». Принципы построения делового имиджа.

Практика – 1 час

Создание коллажа «Идеальный деловой имидж».

Тема № 8. Современный деловой этикет – 2 часа.

Теория – 1 час

Основные требования к современному деловому этикету: внешний вид, выражение мыслей, пунктуальность, умение слушать и слышать, честность и др.).

Практика – 1 час

Решение кейсов.

Тема № 9. Формирование имиджа делового человека – 1 час.

Практика – 1 час

Составление презентации «Имидж делового человека».

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 0,5 часа

Решение кейсов.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|----------|--|------------------|------------|-----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Понятие «маркетинг», его цели. Функции и принципы маркетинга. Классификация видов маркетинга. | 2 | 0 | 2 |
| 2. | Маркетинговая среда: внешняя и внутренняя. Анализ факторов макросреды. | 1 | 1 | 2 |
| 3. | Маркетинговое исследование: сущность, алгоритм и методы проведения. | 1 | 1 | 2 |
| 4. | Бенчмаркинг: понятие и виды. Принципы и этапы бенчмаркинга. | 1 | 1 | 2 |
| 5. | Сегментирование рынка и позиционирование товара (услуги). | 1 | 1 | 2 |
| 6. | Брэндинг как перспективная технология по созданию долгосрочного предпочтения к товару. | 1 | 1 | 2 |
| 7. | Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара (услуги). | 0 | 1 | 1 |
| 8. | Товарная политика и товарный ассортимент. | 0 | 1 | 1 |
| 9. | Сущность мотивации и поведения потребителей. | 1 | 0 | 1 |
| 10. | Модель покупательского поведения. Характеристики покупателей. Способы привлечения клиентов. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 11. | Налаживание обратной связи с клиентами. Установление оптимального соотношения между ценной и качеством услуг. Реклама. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | Зачет по разделу. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | Итого по разделу | 9,5 | 8,5 | 18 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

Тема № 1. Понятие «маркетинг», его цели. Функции и принципы маркетинга. Классификация видов маркетинга – 2 часа.

Теория – 2 часа

Понятие «маркетинг». Цели маркетинга: максимизация потребления, максимизация ассортимента (выбора), максимизация удовлетворенности потребителя (уровень сервиса), максимизация качества жизни. Основные функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля, инновационная. Пять основных принципов маркетинга. Классификация видов маркетинга: в зависимости от целей обмена и сферы применения (коммерческий, некоммерческий, социальный, потребительский, промышленный, маркетинг услуг); по территориальному признаку (внутренний, международный); в зависимости от степени рыночной ориентации предприятия и периода (стратегический, тактический); в зависимости от особенностей субъекта (микромаркетинг, макромаркетинг); в зависимости от видов спроса (конверсионный, стимулирующий, креативный, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий).

Тема № 2. Маркетинговая среда: внешняя и внутренняя. Анализ факторов макросреды – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «маркетинговая среда». Внешняя среда организации (микросреда, макросреда). Внутренняя среда организации (основные фонды, состав и квалификация персонала, финансовые

возможности, навыки и компетенция руководства, использование технологии, имидж организации, опыт работы предприятия на рынке).

Практика – 1 час

Лабораторная работа «Оценка факторов макросреды фирмы».

Тема № 3. Маркетинговое исследование: сущность, алгоритм и методы проведения – 2 часа.

Теория – 1 час

Сущность маркетингового исследования: 1) цель, задачи, предмет исследования; 2) программа изучения товара, рынка, покупателей, конкурентов. Характеристика фаз процесса (алгоритма) маркетинговых исследований: определение проблемы, выработка концепции сбора информации, исследования, анализ данных, презентация (принятие решения). Характеристика методов исследования: наблюдение, эксперимент, опрос / анкетирование, беседа, анализ плановой отчетной документации.

Практика – 1 час

Практическая работа «Маркетинговое мини-исследование».

Тема № 4. Бенчмаркинг: понятие и виды. Принципы и этапы бенчмаркинга – 2 часа

Теория – 1 час

Понятие «бенчмаркинг». Ключевые идеи бенчмаркинга. Цель и задачи бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга: внутренний, функциональный, общий и бенчмаркинг конкурентоспособности. Этапы бенчмаркинга: подготовка, анализ, внедрение, повторение.

Практика – 1 час

Практическая работа по анализу наиболее успешного бенчмаркинга в мире и в России.

Тема № 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара (услуги) – 2 часа.

Теория – 1 час

Характерные черты рынка. Сегменты рынка. Позиционирование товара (услуг) на рынке. Выбор целевого рынка.

Практика – 1 час

Анализ сегментирования рынка товаров и услуг в городе Ханты-Мансийске.

Тема № 6. Брэндинг как перспективная технология по созданию долгосрочного предпочтения к товару – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятия «бренд» и «брендинг». Цель и задачи брендинга. Элементы брендинга. Виды брендов: бренд-нейм, бренд-имидж. Этапы брендинга. Территориальный и зонтичный брендинги. Успех и расширение бренда.

Практика – 1 час

Изучение элементов брендинга конкретной организации.

Тема № 7. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара (услуги) – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «товар». Виды товара: конкретный, расширенный, обобщенный. Понятие «жизненный цикл товара» (ЖЦТ). Фазы ЖЦТ: фаза роста, фаза зрелости, фаза насыщения, фаза спада (падение). Виды ЖЦТ: бум, увлечение, рост спроса, сезонность, возобновление или ностальгия, провал.

Практика – 1 час

Анализ жизненного цикла определенного товара или услуги за фиксированный промежуток времени. Определение вида ЖЦТ.

Тема № 8. Товарная политика и товарный ассортимент – 2 часа.

Теория – 1 час

Понятие «товарная политика». Задачи товарной политики. Факторы и направления товарной

политики. Типы модификации товара.

Понятия «товарный ассортимент», ассортиментная группа, товарная номенклатура. Способы формирования ассортимента: горизонтальная стратегия, концентрическая стратегия, конгломератная стратегия. Основные характеристики номенклатуры (ассортимента): широта, насыщенность, глубина, гармоничность.

Практика – 1 час

Анализ товарного ассортимента конкретных точек сбыта.

Тема № 9. Сущность мотивации и поведения потребителей – 2 часа.

Теория – 1 час

Личностные, культурные, социальные и психологические факторы, влияющие на поведение потребителей на рынке.

Личностные факторы: возраст, стадия жизненного цикла семьи, род занятия, экономическое положение (уровень дохода на семью и одного члена семьи), стиль жизни, тип личности и самопредставление.

Культурные факторы: культура, субкультура и принадлежность к общественному классу.

Социальные факторы: малые группы, членства, референтные группы, семья, социальные роли и статус.

Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждение и отношение.

Практика – 1 час

Анализ поведения потребителей с точки зрения отдельных факторов.

Тема № 10. Модель покупательского поведения. Характеристики покупателей. Способы привлечения клиентов – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Категории модели покупательского поведения: побудительные факторы маркетинга, прочие раздражители, сознание покупателя, ответные реакции покупателя. Способы привлечения клиентов: активные, пассивные, комбинированные.

Практика – 0,5 часа

Составление алгоритма «Эффективные способы привлечения клиентов».

Тема № 11. Налаживание обратной связи с клиентами. Установление оптимального соотношения между ценой и качеством услуг. Реклама – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Налаживание обратной связи с клиентами как один из способов привлечения клиентов. Ценовой способ привлечения и удержания клиентов.

Практика – 0,5 часа

Составление ТОП-5 способов налаживания обратной связи с клиентами.

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Контроль знаний по изученному материалу.

Практика – 0,5 часа

Решение кейсов.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов | | |
|----------|--|------------------|-------------|-----------|
| | | теория | практика | всего |
| 1. | Банковский маркетинг. | 2 | 0 | 2 |
| 2. | Работа по привлечению в банк новых клиентов. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 3. | Формы прямого поиска клиентов. Привлечение клиентов через СМИ, конференции, симпозиумы, через информацию о проблемных банках и перехвате их клиентов и другие способы. | 0,5 | 0,5 | 1 |
| 4. | Основные виды продаж банковских продуктов и услуг. | 0 | 1 | 1 |
| 5. | Массовые продажи («финансовый супермаркет»). Индивидуальные продажи («финансовый бутик»). | 1 | 0 | 1 |
| 6. | Требования к массовым продажам. | 0 | 1 | 1 |
| 7. | Риски массовых и индивидуальных продаж. | 0 | 1 | 1 |
| 8. | Методы продажи банковских продуктов и услуг. | 1 | 1 | 2 |
| 9. | Пакетный метод продаж и его применение. Перекрестные продажи и кросс-продажи. Прямая почтовая рассылка. | 1 | 1 | 2 |
| 10. | Методы прямых продаж банковских продуктов и услуг. | 1 | 0 | 1 |
| 11. | Планирование прямых продаж (распределение торговых квот). | 1 | 0 | 1 |
| 12. | Примеры формирования пакетов продуктов. | 0 | 2 | 2 |
| 13. | Правила эффективной продажи банковских продуктов. | 1 | 1 | 2 |
| 14. | Этапы продажи продуктов и услуг банка. | 1 | 1 | 2 |
| 15. | Работа с отказами клиентов. Послепродажное сопровождение клиента. Контроль предоставления банковской услуги клиенту на всех этапах. | 1 | 1 | 2 |
| 16. | Классическая техника продажи банковских продуктов и услуг. | 0 | 1 | 1 |
| | Зачет по разделу | 0,5 | 0,5 | 1 |
| | Итого по разделу | 11,5 | 12,5 | 24 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

Тема № 1. Банковский маркетинг – 2 часа.

Теория – 2 часа

Особенности банковского маркетинга. Виды банковского маркетинга. Задачи банковского маркетинга. Основные приёмы банковского маркетинга: сегментация, позиционирование, агрессивирование.

Тема № 2. Работа по привлечению в банк новых клиентов – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Основные способы привлечения в банк новых клиентов.

Практика – 0,5 часа

Создание презентации (3-4 слайда) по одному из способов привлечения в банк новых

КЛИЕНТОВ.

Тема № 3. Формы прямого поиска клиентов. Привлечение клиентов через СМИ, конференции, симпозиумы, через информацию о проблемных банках и перехвате их клиентов и другие способы – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Обзор форм прямого поиска клиентов.

Практика – 0,5 часа

Разработка текста email-рассылки для новых клиентов по предложению конкретного банковского продукта.

Тема № 4. Основные виды продаж банковских продуктов и услуг – 1 час.

Практика – 1 час

Обзор примеров видов продаж: в зависимости от территориальной привязки (стационарная, дистанционная), в зависимости от стратегии организации банковского бизнеса (банковский ритейл, финансовый бутик).

Тема № 5. Массовые продажи («финансовый супермаркет»). Индивидуальные продажи («финансовый бутик») – 1 час.

Теория – 1 час

Основные элементы массовых и индивидуальных продаж.

Тема № 6. Требования к массовым продажам – 1 час.

Практика – 1 час

Определение банковских продуктов и услуг, которые могут входить в продуктовый ряд финансовых супермаркетов.

Тема № 7. Риски массовых и индивидуальных продаж – 1 час.

Практика – 1 час

Эссе «как минимизировать риски массовых и индивидуальных продаж».

Тема № 8. Методы продажи банковских продуктов и услуг – 2 часа.

Теория – 1 час

Методы продажи банковских продуктов и услуг: метод заранее отработанного подхода, метод, основанный на удовлетворении имеющихся нужд и запросов клиента, метод формирования нужд и запросов клиента.

Практика – 1 час

Анализ методов продаж банковских продуктов и услуг на примере конкретных банков.

Тема № 9. Пакетный метод продаж и его применение. Перекрестные продажи и кросс-продажи. Прямая почтовая рассылка – 2 часа.

Теория – 1 час

Методы продаж по продуктовому признаку: единичные продажи, пакетирование, кросс-продажи, перекрестные продажи.

Практика – 1 час

Поиск примеров единичных продаж, пакетирования, кросс-продаж, перекрестных продаж.

Тема № 10. Методы прямых продаж банковских продуктов и услуг – 1 час.

Теория – 1 час

Методы прямых продаж: техника «звонка», барьерная продажа, AIDA, удовлетворение стандартного набора потребностей, «силовой метод».

Тема № 11. Планирование прямых продаж (распределение торговых квот) – 1 час.

Теория – 1 час

Планирование прямых продаж (распределение торговых квот): метод Семлоу, метод территориальной загрузки («принцип загрузки»), метод последовательного углубления потребностей по сегментам продаж

Тема № 12. Примеры формирования пакетов продуктов – 2 часа.

Практика – 2 часа

Составление набора банковских продуктов, группируемых в пакеты (на примере конкретного банка).

Тема № 13. Правила эффективной продажи банковских продуктов – 2 часа.

Теория – 1 час

7 правил эффективной продажи банковских продуктов:

- 1) Продажа банковских продуктов – мастерство персонального менеджера.
- 2) Продажа начинается со знаний.
- 3) Менеджер должен уметь «слушать» клиента.
- 4) Клиенты покупают не банковские продукты, они покупают выгоду.
- 5) Менеджер должен уметь мысленно поставить себя на место клиента.
- 6) Цена не должна быть целью переговоров.
- 7) Менеджеру нужно не продавать клиентам банковские продукты, а предлагать способ решения их проблемы.

Практика – 2 часа

Составление алгоритма действий агента банка по продаже определенного банковского продукта, исходя из правил эффективной продажи.

Тема № 14. Этапы продажи продуктов и услуг банка – 2 часа.

Теория – 1 час

Этапы продажи продуктов и услуг банка: 1) установление контакта; 2) выявление потребностей; 3) презентация продукта; 4) работа с возражениями; 5) закрытие сделки; 6) дополнительная продажа; 7) завершение контакта.

Практика – 2 часа

Составление плана презентации определенного банковского продукта.

Тема № 15. Работа с отказами клиентов. Послепродажное сопровождение клиента. Контроль предоставления банковской услуги клиенту на всех этапах – 2 часа.

Теория – 1 час

Виды отказов в продажах. Правила поведения при отказах в продажах. Технология сопровождения клиента после продажи банковского продукта.

Практика – 2 часа

Разбор ситуаций.

Тема № 16. Классическая техника продажи банковских продуктов и услуг – 1 час.

Практика – 1 час

Разработка алгоритма действий «5- шагов в продажах банковских продуктов».

Зачет по разделу – 1 час.

Теория – 0,5 часа

Решение кроссворда (работа с понятиями и определениями).

Практика – 0,5 часа

Решение кейсов.

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
РАЗДЕЛА «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА»**

| № п/п | Наименование и содержание темы | Количество часов |
|-------------------------|---|-----------------------------|
| 1. | Общая характеристика кредитной организации (банка). | 7 |
| 2. | Исследование спроса на банковский продукт. | 13 |
| 3. | Презентация банковского продукта. | 10 |
| <i>Итого по разделу</i> | | 30 |

**СОДЕРЖАНИЕ
РАЗДЕЛА «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА»**

Тема № 1. Общая характеристика кредитной организации (банка) – 7 часов.

- Выбор банка или его филиала, находящегося на территории города Ханты-Мансийска
- Изучение основных направлений деятельности банка.
- Изучение структуры управления банком.
- Изучение основных органов управления банком.

Тема № 2. Исследование спроса на банковский продукт – 13 часов.

- Выбор банковского продукта.
- Изучение категории потребителей данного банковского продукта (непосредственно в банке).

Тема № 3. Презентация банковского продукта – 10 часов.

- Разработка предложений (не менее 5) по повышению спроса на данный банковский продукт среди населения города.
- Оформление исследовательской работы (печатный вариант, мультимедийная презентация).

КОНСУЛЬТАЦИИ

Консультации – 6 часов.

- Разбор теоретической и практической части экзаменационных билетов.
- Разбор критериев по защите творческих экзаменационных проектов.

ЭКЗАМЕН

Экзамен – 2 часа.

Теоретическая часть – 1 час

Освещение теоретической части билета.

Практическая часть – 1 час

Защита творческих экзаменационных проектов/ решение ситуационных задач.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебный кабинет:

Парты – 10 шт., стулья – 20 шт., классная доска, шкафы, рабочее место педагога, стенды.

Технические средства обучения:

Проектор, экран, ноутбук, компьютеры.

Методическое обеспечение:

Учебно-методические материалы к программе, справочная и методическая литература и пр.

Раздаточный материал:

Дидактический материал с лекционным материалом, ситуационными задачами, кейсами, задачами. Контрольно-измерительные материалы промежуточной и итоговой аттестации.

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Бычков, В.П. Банковское дело: управление кредитной организацией: практикум /В.П. Бычков, С.Е. Демент, А.Н. Жилкина. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 264с.
2. Банковское дело: учебное пособие для вузов /под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроликовецкой. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 376с.
3. Банковское дело: учебник /под ред. О.И. Лаврушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 667с.
4. Будасова, С.А. Финансы, денежное обращение и кредит /С.А. Будасова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 192с.
5. Галицкая, С.В. Деньги, кредит, финансы /С.В. Галицкая. – Москва: Экзамен, 2002. – 224с.
6. Кузнецова, В.В. Банковское дело. Практикум: учебное пособие /В.В. Кузнецова, О.И. Ларина. – Москва: КНОРУС, 2007. – 264с.
7. Сборник задач по банковскому делу. Банковский менеджмент: учебное пособие /под ред. Н.И. Валенцевой. – Москва: Финансы и статистика, 2005. – 264с.
8. Сборник задач по банковскому делу: Операции коммерческого банка: учебное пособие / под ред. Н.И. Валенцевой. – Москва: Финансы и статистика, 2007. – 272с.
9. Николаева, Т.П. Банковский маркетинг: учебно-методический комплекс / Т.П. Николаева. – Москва: Издательский центр ЕАОИ. 2009. – 224с.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг: конспект лекций [Электронный ресурс] / Л.Е. Басовский. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/41078>.
2. Берстенева, О.Г. Маркетинг и поведение потребителей: практические задания [Электронный ресурс] / О.Г. Берстенева. – Электрон. текстовые дан. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2007. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m960/>. – Электрон. версия книги.
3. Григорьева, В.С. Письменная деловая коммуникация в сфере экономического бизнеса: учебное пособие [Электронный ресурс] / В.С. Григорьева, З.Н. Кажанова, И.Е. Ильина, Н.Б. Ершова. – Электрон. текстовые дан. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2005. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m1347>. – Электрон. версия книги.
4. Ильичева, И.В. Маркетинг: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / И.В. Ильичева. – Электрон. текстовые дан. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m1394/>. – Электрон. версия книги
5. Каймакова, М.В. Коммуникации в организации [Электронный ресурс] / М.В. Каймакова. – Электрон. текстовые дан. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m561>. – Электрон. версия книги.
6. Литовских, А.М. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс] / А.М. Литовских, И.К. Шевченко. – Электрон. текстовые дан. –

- Таганрог: Издательство ТРТУ, 2003. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m86>. – Электрон. версия книги.
7. Логинова, Е.Ю. Маркетинг: конспект лекций [Электронный ресурс] / Е.Ю. Логинова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/17216>.
 8. Подопригора, М.Г. Деловая этика: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.Г. Подопригора. – Электрон. текстовые дан. – Таганрог: Издательство ТТИ ЮФУ, 2012. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m243/>. – Электрон. версия книги.
 9. Посыпанова, О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей [Электронный ресурс] / О.С. Посыпанова. – Электрон. текстовые дан. – Калуга: Издательство КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m245/>. – Электрон. версия монографии.
 10. Скаженик, Е.Н. Деловое общение: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Н. Скаженик. – Электрон. текстовые дан. – Таганрог: Издательство ТРТУ, 2006. - Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m161/>. – Электрон. версия книги.
 11. Скаженик, Е.Н. Практикум по деловому общению: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Н. Скаженик. – Электрон. текстовые дан. – Таганрог: Издательство ТРТУ, 2005. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m96/>. – Электрон. версия книги.
 12. Словарь терминов маркетинга [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/.
 13. Фионова, Л.Р. Этика делового общения: учебное пособие [Электронный ресурс] / Л.Р. Фионова. – Электрон. текстовые дан. – Пенза: 2010. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m1319/>. – Электрон. версия книги.