

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владimirский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель ОСПЮО



Ю.В. Овчинникова
«16» октября 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
МДК.03.01. ТЕХНОЛОГИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ
СЛУЖАЩЕГО «АГЕНТ БАНКА»

для специальности среднего профессионального образования
38.02.07 БАНКОВСКОЕ ДЕЛО
Квалификация «специалист банковского дела»

Владимир, 2025

Разработчик: Стрельцов Роман Сергеевич кафедра ФПиТД

Фонд оценочных материалов (средств) рассмотрен и одобрен на заседании ОСПОО,
протокол № 2 от 16.10.2025

Руководитель ОСПОО Овчинникова Юлия Владимировна

Фонд оценочных материалов (средств) рассмотрен и одобрен на заседании учебно-
методической комиссии специальности 38.02.07 Банковское дело
Протокол № 1 от 16.10.2025

Председатель УМК
заведующий кафедрой ФПиТД
к.ю.н, доцент

(ФИО, подпись)



И.В. Погодина

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

Формируемые компетенции (код, содержание)	Результаты обучения по дисциплине	Наименование оценочного средства
ПК 3.1 Проводить консультирование клиентов по основным банковским продуктам и услугам	<p>Практический опыт: консультирования клиентов</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать и использовать информацию с целью поиска потенциальных клиентов; – использовать различные каналы для выявления потенциальных клиентов; – использовать технические средства коммуникации; – организовывать деловые встречи с клиентами; – организовывать презентации банковских продуктов и услуг; – формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка; – использовать личное имиджевое воздействие на клиента; – компетентно отвечать на вопросы клиентов о банковских продуктах и услугах. <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – источники и методы сбора информации, приемы коммуникации; – принципы и правила установления контактов с клиентами; – правила ведения переговоров; – правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг; – технику общения во время ведения переговоров; – правила поведения в конфликтных ситуациях; – основы формирования личного имиджа, нормы речевого этикета 	Тестовые вопросы, практические задания
ПК 3.2 Осуществлять продвижение банковских продуктов и услуг	<p>Практический опыт: продвижения банковских продуктов и услуг</p> <p><i>– Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать деловые контакты с потенциальными клиентами; – мотивировать потенциальных клиентов к сотрудничеству; – владеть техникой ведения переговоров с клиентами; – предотвращать и разрешать конфликтные ситуации в переговорах; – использовать современные офисные технологии для ведения переговоров; 	Тестовые вопросы, практические задания

	<p>– информировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах;</p> <p>– выявлять потребности клиентов;</p> <p>– стимулировать клиентов повторно обращаться в банк.</p> <p>– <i>Знать:</i></p> <p>– информировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах;</p> <p>– выявлять потребности клиентов;</p> <p>– стимулировать клиентов повторно обращаться в банк.</p>	
--	--	--

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

1 семестр ПМ.03 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО «АГЕНТ БАНКА»

Рейтинг-контроль № 1

1. Валютное управление коммерческого банка включает:
 - a. отдел управления ликвидностью банка;
 - b. аналитический отдел;*
 - c. фондовый отдел;
 - d. отдел инкассо.
2. Факторинговому обслуживанию не подлежат:
 - a. предприятия, реализующие свою продукцию на предпродажной основе;
 - b. предприятия, занимающиеся производством стандартной продукции;
 - c. предприятия с небольшим количеством дебиторов;
 - d. предприятия, практикующие бартерные сделки.*
3. Основным организатором межбанковских расчетов является:
 - a. брокерская фирма;
 - b. коммерческий банк;
 - c. НБУ;*
 - d. дилер.
4. Документ, удостоверяющий передачу права собственности от должника к кредитору в качестве обеспечения оплаты долга, - это:
 - a. закладная;*
 - b. лизинговое соглашение;
 - c. варрант;
 - d. коносамент.
5. Размер платы за управление, взимаемой факторинговой компанией, составляет:
 - a. 5% от годового оборота;
 - b. 7-10% от годового оборота;
 - c. 12% от годового оборота;
 - d. 0.5-3% от годового оборота.*
6. Документ, который дает право кредитору распоряжаться закладываемым имуществом в виде машинного оборудования, урожая, скота,- это:
 - a. закладная на движимое имущество;*
 - b. сохранная расписка;
 - c. складское свидетельство;
 - d. скользящий залог.
7. Наиболее важным источником получения валового дохода коммерческого банка является:
 - a. проценты по ценным бумагам;
 - b. доходы от трастовых операций;
 - c. предоставление ссуд;*
 - d. комиссионные сборы.
8. Расходы факторинговой компании по оценке кредитоспособности снижаются во время:
 - a. соглашения о полном обслуживании;
 - b. агентских услуг; *
 - c. соглашения о полном обслуживании с правом регресса;
 - d. предоплаты.

9. При выявлении проблемной ссуды банк должен в первую очередь:
 - a. потребовать платежа от заемщика;
 - b. объявить неплательщика банкротом;
 - c. разработать план мероприятий для восстановления стабильности предприятия; *
 - d. предъявить претензии к гаранту.
 10. На величину процентной ставки влияет:
 - a. издержки по формированию ссудного капитала;
 - b. маржа;
 - c. характер отношений между банком и заемщиком;
- все ответы верны. *

Открытые вопросы:

1. Раскройте понятие «персональный подход» к клиенту банка. Почему сегодня данный подход сегодня имеет особое значение? Обоснуйте ваше мнение.
2. Охарактеризуйте различия в функциях и решаемых задачах консультант по банковским продуктам, специалист, менеджер по продажам. Обоснуйте ваше мнение.
3. Раскройте значение понятий «личностные» и «профессиональные» качества банковского специалиста. Оцените, справедливость следующего утверждения: «Лицо банка – это его сотрудники». Аргументируйте свой ответ.
4. Может ли достичь успеха менеджер по продажам, если следовать правилу Парето? От каких факторов зависит успех менеджера? Обоснуйте ваше мнение.
5. Раскройте понятие «лояльность клиента» по отношению к банку. Программы лояльности банков как инструмент удержания клиентов, их виды. Аргументируйте ваш ответ.
6. Охарактеризуйте особенности обслуживания клиентов в операционном зале банка: основные правила и технологии. Аргументируйте ваш ответ.
7. В чем заключаются особенности работы специалиста банка с клиентом по телефону? Аргументируйте ваш ответ.

Рейтинг-контроль № 2

1. Сколько выделяют особенностей банковских услуг
 - a. 8
 - b. 6*
 - c. 7
 - d. 9
2. Сколько специфических задач призван маркетинг в коммерческом банке
 - a. шесть
 - b. пять
 - c. три
 - d. четыре*
3. Сколько этапов в своем развитии прошла рыночная стратегия и политика фирм
 - a. пять*
 - b. два
 - c. три
 - d. четыре
4. Укажите альтернативные стратегии для сохранения и (или) увеличения сбыта Матрицы И. Ансоффа
 - a. развитие рынка
 - b. проникновение на рынок*
 - c. диверсификация
 - d. разработка товара
5. Укажите варианты ассортиментной политики коммерческого банка
 - a. позиционирование продуктов, т.е. создание желаемого образа продукта для клиентов*

- b. расширение ассортимента посредством введения в него новых видов услуг
- c. сужение ассортимента посредством удаления из него определенных видов услуг
- d. разработка новых областей применения или выявление новых групп потребителей для существующих банковских продуктов
- e. замена старых видов услуг новыми

6. Укажите виды деловых стратегий

- a. агрессивная стратегия
- b. стратегия стабилизации
- c. стратегия роста*
- d. стратегия сокращения

7. Укажите названия особенностей банковских услуг

- a. непостоянство качества
- b. несохраняемость
- c. договорный характер обслуживания
- d. абстрактность*
- e. сложность для восприятия
- f. неотделимость от источника

8. Укажите направления сбытовой политика банка

- a. собственные каналы сбыта
- b. несобственные каналы сбыта
- c. установление временного режима сбыта
- d. организация сбытовой сети*

9. Укажите основные направления банковской ценовой политики

- a. ценообразование, ориентированное на рынок*
- b. ценообразование, ориентированное на издержки
- c. целевое ценообразование
- d. затратное ценообразование

10. Укажите основные направления реализации банковской стратегии

- a. сбытоваая политика
- b. товарная политика*
- c. ценовая политика
- d. коммуникационная политика

Открытые вопросы:

1. По каким критериям классифицируются банковские продукты и услуги, предлагаемые на рынке? Дайте краткую характеристику этих критериев. Аргументируйте ваш ответ.

2. Как формируется цена на пакет услуг по расчетно-кассовому обслуживанию и почему она различна у разных банков? Аргументируйте ваш ответ.

3. Раскройте понятие «полная стоимость кредита». Из каких элементов она складывается. Обоснуйте ваше мнение.

4. В чем проявляется специфика маркетинга в банковской сфере?

5. Объясните, почему клиентоориентированность является сегодня основным направлением развития банковского маркетинга.

6. Раскройте этапы работы банка по исследованию и содержание маркетингового плана по результатам анализа рынка.

7. Охарактеризуйте способы и каналы продвижения банковских продуктов и услуг. Какой из способов расширения сети продвижения банковских услуг вы можете охарактеризовать как приоритетный? Аргументируйте ваш ответ.

8. Обоснуйте необходимость разработки банковских продуктов, имеющих внешние параметры, отличающие их от аналогичных продуктов банков конкурентов. Аргументируйте ваш ответ.

Рейтинг-контроль № 3

1. Укажите основные типы (уровни) банковской стратегии
 - a. деловая стратегия (стратегия деловой сферы) *
 - b. агрессивная стратегия
 - c. корпоративная стратегия
 - d. стратегия невмешательства
2. Укажите основные функции банковской рекламы
 - a. убедить его в преимуществах рекламируемых услуг
 - b. побудить клиента приобрести именно данную услугу и у данного банка*
 - c. проинформировать его об ассортименте услуг
 - d. завоевать доверие клиента
3. Укажите основные элементы маркетингового исследования
 - a. прогнозирование рынка
 - b. сбор информации
 - c. анализ банковского рынка*
 - d. наблюдение за рынком
4. Укажите отличительную черту банковского продукта
 - a. безналичный характер
 - b. нематериальный характер*
 - c. денежный характер
 - d. платежный характер
5. Укажите с чем связана специфика банковского маркетинга
 - a. с организационно-правовой формой
 - b. с особенностями банковских услуг*
 - c. с величиной уставного капитала
 - d. с особенностями банковских продуктов
6. Укажите этапы развития рыночной стратегии и политики фирм
 - a. производственная концепция рыночной политики
 - b. сбытовая концепция рыночной политики
 - c. товарная концепция рыночной политики*
 - d. концепция маркетинга
7. Что относится к банковским продуктам
 - a. денежные средства*
 - b. платежные документы
 - c. предоставление услуг
 - d. создание платежных средств
8. Что относится к способам, обеспечивающим продажу банковских услуг
 - a. все виды рекламы (рекламы продукта)
 - b. система стимулирования работников банка в продаже наибольшего количества услуг
 - c. правильный выбор банковской организации
 - d. выбор стратегии и тактики работы банка на определенном сегменте рынка*
 - e. отслеживание критических точек у потенциальных покупателей

Открытые вопросы:

1. Почему корпоративные ценности и корпоративная культура являются важнейшим элементом эффективной работы банка? Какие риски могут возникнуть у банка и его клиентов, связанные с использованием технологий дистанционного банковского обслуживания.
2. Раскройте понятие «имидж» банка. Что формирует имидж банка и каковы ваши критерии его оценки?
3. Раскройте понятие «корпоративная культура», как это понятие связано с личностными и профессиональными качествами банковского специалиста?

4. Охарактеризуйте основные объекты ценовой политики банка: процентные ставки, тарифы, комиссионные, бонификации (премии), скидки, минимальный размер вклада.

5. Раскройте содержание следующих критериев классификации банковских услуг: категория клиентов, степень индивидуализации подхода к клиенту, срок предоставления, степень сложности, степень доходности, степень риска, новизна. Аргументируйте ваш ответ.

6. Какие источники информации и каналы используют банка для выявления потенциальных клиентов.

7. Охарактеризуйте способы расширения клиентской базы. Какие факторы влияют на принятие клиентом решения о сотрудничестве с конкретным банком? Обоснуйте ваше мнение.

8. Каким образом формируется «запоминающийся образ банка»? Каким образом специалист фронт-офиса банка влияет на «запоминание» банковского образа? Аргументируйте ваш ответ.

9. В чем суть пакетирования банковских продуктов, предназначенных для разных групп клиентов? Приведите примеры традиционного пакетирования банковских продуктов. Аргументируйте ваш ответ.

10. Охарактеризуйте продажи массового характера по схеме «финансовый супермаркет». Раскройте содержание понятий: перекрестные продажи cross-sales; прямые продажи (directselling); POS-кредитование (POS — Point Of Sale).

1 семестр

Рейтинг-контроль 1	Тест 15 вопросов	15 баллов
Рейтинг-контроль 2	Тест 15 вопросов	15 баллов
Рейтинг контроль 3	Тест 15 вопросов	15 баллов
Посещение занятий студентом		5 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)	Подготовка докладов	5 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	Выполнение заданий для самостоятельной работы	5 баллов
Зачет	Ответ на зачете	40 баллов

2 семестр

Рейтинг-контроль 1	Тест 15 вопросов	15 баллов
Рейтинг-контроль 2	Тест 15 вопросов	15 баллов
Рейтинг контроль 3	Тест 15 вопросов	15 баллов
Посещение занятий студентом		5 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)	Подготовка докладов, индивидуальный проект	5 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	Выполнение заданий для самостоятельной работы	5 баллов

Зачет	Ответ на зачете	40 баллов
-------	-----------------	-----------

Критерии оценки тестирования студентов

Баллы рейтинговой оценки	Критерий оценки	Оценка выполнения теста
0	неполный, неверный ответ или его отсутствие	«отлично» - 90 -100 % - верных ответов «хорошо» - 75-89% - верных ответов «удовлетворительно» - 50-74% - верных ответов «неудовлетворительно» - менее 50 % верных ответов
1	полный правильный ответ на вопрос закрытого типа	
2	полный правильный ответ на вопрос открытого типа	

Критерии оценки решения задач (max – 5 баллов)

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ задача решена рациональным способом.
3-4 балла	Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.
1-2 балла	Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.
0 баллов	решение неверно или отсутствует.

Критерии оценки посещения занятий

Баллы рейтинговой оценки	Критерии оценки
5	Студент посетил все занятия
4	Студент по уважительной причине пропустил 4 часа аудиторных занятий
3	Студент по уважительной причине пропустил 6 часов аудиторных занятий
1-2	Студент по уважительной причине пропустил 10 часов аудиторных занятий

Перечень тем докладов по ПМ.03 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО «АГЕНТ БАНКА»

1. Особенности банковского продукта.
2. Проблемы оценки качества банковской услуги.
3. Стратегии продаж при работе с VIP-клиентами.
4. Стратегии продаж при продаже сопутствующих товаров.

5. Маркетинговые возможности банка.
6. Коммуникационные стратегии.
7. Позиционирование продукта.
8. Бренд и его влияние на продажи продуктов и услуг в банке.
9. SWOT-анализ кредитного продукта.
10. SWOT-анализ депозитного продукта.
11. Сравнение активной и пассивной стратегий привлечения клиентов банка.
12. Стратегии удержание старых клиентов банка.
13. Особенности использования различных каналов сбыта для различных сегментов рынка и групп клиентов.
14. Метод организации продаж банковских продуктов и услуг, основанный на удовлетворении имеющихся нужд и запросов.
15. Метод организации продаж банковских продуктов и услуг путем формирования нужд и запросов.
16. Особенности пакетного предложения услуг.
17. Перспективы развития кросс-продаж.
18. Кобрендинг в продаже банковских услуг.
19. Развитие электронных каналов доставки банковских продуктов.
20. Современные методы продажи банковских продуктов и услуг.
21. Активные методы продажи банковских продуктов.
22. Особенности продажи банковских продуктов корпоративным и розничным клиентам.
23. Особенности послепродажного обслуживания клиентов.
24. Характеристика маркетинговой деятельности на различных этапах жизненного цикла товара (на примере конкретного продукта/услуги банка). Порядок внедрения на рынок нового продукта (услуги) банка (на конкретном примере). Оптимизация процесса обновления ассортимента банковских продуктов (услуг) (на примере ассортимента продуктов (услуг) конкретного банка).
25. Применение стандартов ИСО 9000 в банковской деятельности.
26. Современные информационные системы обеспечения работы с клиентами (CMR-системы).
27. Конкурентная среда и современное состояние банковской конкуренции
28. Проблемы банковской конкуренции и пути ее совершенствования
29. Факторы, влияющие на конкурентоспособность продуктового ряда банка.
30. «Ценовые войны» коммерческих банков.
31. Конкурентоспособность банка, проблемы и пути ее повышения.

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> - Тема раскрыта исчерпывающе, автор продемонстрировал глубокие знания. - Цель сформулирована, четко обоснована, дан подробный план ее достижения. - Доклад отличается творческим подходом, собственным оригинальным отношением автора к теме. - Печатный вариант доклада полностью соответствует предъявляемым требованиям. Отличается четкой структурой и грамотным оформлением. - Качественно оформлена презентация и автору удалось вызвать интерес аудитории и уложиться в регламент.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> - Тема доклада раскрыта, автор показал хорошее знание тематики исследования. - Цель сформулирована, обоснована, дан схематичный план ее

	<p>достижения.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работа над докладом была самостоятельная, демонстрирующая серьезную заинтересованность автора, была предпринята попытка представить личный взгляд, применены элементы творчества. - Печатный вариант доклада не полностью соответствует предъявляемым требованиям. Предприняты попытки оформить работу, придать ей соответствующую структуру. - В наличии презентация и автору удалось вызвать интерес аудитории, но он вышел за рамки регламента.
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - Тема доклада раскрыта фрагментарно. - Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует. - Автор проявил незначительный интерес к теме доклада, но не продемонстрировал самостоятельности в работе над докладом, не использовал возможности творческого подхода. - Печатный вариант доклада не соответствует предъявляемым требованиям. Отсутствуют порядок и четкая структура работы. Есть ошибки в оформлении. - Материал изложен с учетом регламента, однако автору не удалось заинтересовать аудиторию.
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - Тема доклада не раскрыта и не исследована. - Цель не сформулирована. - Доклад шаблонный, показывающий формальное отношение автора. - Доклад в печатном варианте отсутствует. - Презентация не проведена.

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

Перечень вопросов к экзамену

1. Современные банковские продукты и услуги.
2. Классификация банковских услуг.
3. Потребители банковских продуктов и услуг.
4. Установление оптимального соотношения между ценой и качеством услуг в банке.
5. Перечень и характеристика продуктов для VIP-клиентов.
6. Виды деловой коммуникации.
7. Формы деловой коммуникации.
8. Формирование имиджа делового человека.
9. Правила убеждения и этикета делового телефонного разговора при исходящих звонках.
10. Правила этикета делового телефонного разговора при входящих звонках.
11. Технологии и способы привлечения клиентов в банк.
12. Методы привлечения клиентов в банк.
13. Мероприятия по привлечению дополнительных клиентов
14. Основные виды продаж банковских продуктов и услуг. Массовые продажи («финансовый супермаркет»). Индивидуальные продажи («финансовый бутик»).
15. Методы продажи банковских продуктов и услуг. Пакетный метод продаж и его применение. Перекрестные продажи и кросс-продажи.
16. Методы продажи банковской продукции.
17. Этапы продаж банковских продуктов и услуг.
18. Этапы продажи банковской продукции.
19. Послепродажное обслуживание клиентов.
20. Правила создания рекламного обращения.
21. Разработка и внедрение новых банковских продуктов и услуг на рынке.
22. Методика разработки новых банковских продуктов и услуг и ее практическое применение.
23. Этапы создания нового депозитного продукта.
24. Основные риски массовых и индивидуальных продаж.

КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНОК

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (экзамен) проводится в зачетную неделю. Максимальное количество баллов, которое студент может получить на зачете, в соответствии с актуальным Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам СПО в ВлГУ составляет 40 баллов.

Баллы	Критерии оценки
31-40	Студент самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл вопросов к экзамену; показывает умение формулировать выводы и обобщения по вопросам; допускает не более 1 ошибки при выполнении практических заданий на экзамене.
21-30	Студент самостоятельно излагает материалы учебного курса; в основном раскрывает смысл вопросов к экзамену; показывает умение формулировать выводы и обобщения по вопросам; допускает не более 2 ошибок при выполнении практических заданий на экзамене.
11-20	Студент излагает основные материалы учебного курса; затрудняется с формулировками выводов и обобщений по предложенным вопросам; допускает не более 3 ошибок при выполнении практических заданий на экзамене.

10 и менее	Студент демонстрирует неудовлетворительное знание базовых терминов и понятий курса, отсутствие логики и последовательности в изложении ответов на предложенные вопросы; выполняет не все задания и допускает 4 и более ошибок.
-------------------	--

Промежуточная аттестация по результатам освоения обучающимися учебной дисциплины проводится в форме экзамена. Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине «Осуществление кредитных банковских операций » равна 100. На основе набранных баллов, успеваемость студентов в семестре определяется следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» по следующей шкале:

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Этапы формирования компетенций
91 - 100	«Отлично»	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	Заключительный этап
74-90	«Хорошо»	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с неточностями.	Средний этап
61-73	«Удовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	Начальный этап

Менее 60	«Неудовлетворительно»	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	Компетенции не сформированы
----------	-----------------------	--	------------------------------------

4. ИТОГОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Тестовые задания	Код контролируемой компетенции (или её части)
1	Тема 1.1. Банковская триада. Качество банковских услуг	<p>1. Вправе ли сотрудники Банка информировать клиентов о том, что Банком направляется информация об операциях клиента в уполномоченный орган по ПОД/ФТ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Вправе 2) Не вправе <p>2. Какие документы предъявляет клиент - физическое лицо, резидент для его идентификации? Написать основной документ</p>	ПК 3.1 ПК 3.2
2	Тема 1.2. Жизненный цикл банковского продукта. Ценообразование в банке.	<p>3. Нарушение требований может повлечь.....</p> <p>4. При открытии депозитного счета физического лица менеджер банка должен оформить дело клиента, которое состоит из документов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Анкета клиента 2) Согласие на обработку персональных данных 3) График платежей 4) Заверенные копии документов клиента, удостоверяющих личность 5) Заявление на открытие счета 6) Депозитный договор 7) ПКО 	ПК 3.1 ПК 3.2
3	Тема 1.4. Корпоративный и продуктовые бренды банка. Конкурентоспособность банковских продуктов и услуг	<p>5. Что необходимо в соответствии с ФЗ 353 «О потребительском кредите» огласить клиенту при подписании кредитного договора?</p> <p>6. Коммерческие банки осуществляют операции по:</p>	ПК 3.1 ПК 3.2

		<p>1) эмиссии банкнот 2) привлечению денежных средств юридических и физических лиц во вклады. 3) обеспечению стабильности покупательной способности денежной единицы. 4) поддержанию ликвидности банковской системы страны</p>	
4	Тема 1.5. Современные стандарты обслуживания в отделениях банка	<p>7. Выдача кредитов кредитными организациям это операции</p> <p>1) активные 2) пассивные 3) комиссионно-посреднические</p> <p>8. По форме собственности банки подразделяются на</p> <p>Написать классификацию</p> <hr/> <p>9. Банковскую тайну составляет информация:</p> <p>1) новый разрабатываемый продукт 2) движение денежных средств по счетам клиентов 3) ФИО клиента</p>	<p>ПК 3.1 ПК 3.2</p>
5	Тема 2.1. Виды каналов продаж банковских продуктов	<p>10. В полную стоимость кредита НЕ входит:</p> <p>1) платежи по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита; 2) платежи заемщика, обязанность осуществления которых заемщиком следует не из условий договора кредита, а из требований федерального закона; 3) платежи по уплате процентов по договору потребительского кредита; 4) все перечисленное</p> <p>11. Кредитная история аннулируется:</p> <p>Написать срок истечения</p> <hr/>	<p>ПК 3.1 ПК 3.2</p>

6	<p>Тема 2.2. Продвижение банковских продуктов и услуг</p> <p>12. Для чего используются альтернативные вопросы при продаже продуктов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) помочь клиенту сделать выбор 2) «подтолкнуть» клиента к решению 3) дать возможность клиенту проговорить свои предпочтения <p>13. К какому типу вопросов можно отнести данный вопрос «Вас устраивает данный продукт?»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) открытый вопрос 2) альтернативный вопрос 3) закрытый вопрос <p>14. При работе с возражениями клиента представитель кредитной организации НЕ должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) внимательно выслушать возражения клиента, не перебивая, дать возможность высказаться. 2) возразить клиенту, уверенно объяснить, что клиент не прав, и рассказать о преимуществах продукта 3) не задерживаться на возражении клиента, а переходить к плюсам продукта <p>15. При работе с возражениями клиента представитель кредитной организации должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Внимательно выслушать возражения клиента, не перебивая, дать возможность высказаться. 2) Возразить клиенту, уверенно объяснить, что клиент не прав, и рассказать о преимуществах продукта 3) Не задерживаться на возражении клиента, а переходить к плюсам продукта 4) Напомнить клиенту о конкретном выигрыше, который он получит, воспользовавшись сейчас продуктом банка. 	<p>ПК 3.1 ПК 3.2</p>
---	---	--------------------------

7	Тема 2.3. Формирование клиентской базы	<p>16. Должен ли работник банка информировать клиента о том, что производит идентификацию клиента</p> <p>1) должен 2) не должен</p> <p>17. Информация о счете клиента относится к _____ тайне Вписать нужное</p>	<p>ПК 3.1 ПК 3.2</p>
---	---	--	--------------------------

Критерии оценки

Оценка в баллах	Оценка за итоговый тест
38-43 баллов	«Отлично»
29-37 баллов	«Хорошо»
20-28 баллов	«Удовлетворительно»
Менее 20 баллов	«Неудовлетворительно»

КЛЮЧИ К ТЕСТУ

№ вопроса	Ответ
1	2
2	паспорт гражданина РФ
3	административную, гражданскую, уголовную ответственность для лиц виновных в нарушении закона
4	5,6
5	полную стоимость кредита в % и в денежном выражении
6	2
7	1
8	государственные, акционерные, кооперативные, частные и смешанные
9	2
10	2
11	по истечении 10 лет со дня последнего изменения информации, содержащейся в кредитной истории
12	1
13	закрытый вопрос
14	2
15	1
16	1
17	банковской тайне

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА, ПРЕДУСМАТРИВАЮЩИЕ РАЗВЕРНУТЫЙ ОТВЕТ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

ПК 3.1 Проводить консультирование клиентов по основным банковским продуктам и услугам;
 ПК 3.2 Осуществлять продвижение банковских продуктов и услуг

№	Вопрос	Примерный ответ
1	Назовите основные формы обеспечения исполнения кредитных обязательств, предусмотренные законодательством РФ.	Основными формами обеспечения исполнения кредитных обязательств являются:

		<p>1.Залог имущества: передача банку права собственности на недвижимое или движимое имущество заемщика в качестве гарантии возврата кредита.</p> <p>2.Поручительство: привлечение третьих лиц, готовых нести солидарную ответственность перед банком вместе с заемщиком.</p> <p>3.Банковская гарантия: обязательство третьего лица выплатить долг заемщика, если тот не выполнит свои кредитные обязательства.</p> <p>4.Страхование риска невозврата кредита: заключение страхового полиса, покрывающего риски неплатежеспособности заемщика.</p>
2	Назовите основные этапы процедуры выдачи кредита физическим лицам.	Основные этапы включают подачу заявки, предварительную проверку сведений, анализ кредитоспособности, принятие решения, оформление договора и предоставление денежных средств.
3	Перечислите виды кредитования физических лиц в России.	Потребительские кредиты, ипотека, автокредитование, кредитные карты, овердрафт.
4	Чем отличается экспресс-кредит от обычного потребительского кредита?	Экспресс-кредит характеризуется быстрым оформлением, минимальными формальностями и повышенной процентной ставкой. Обычный потребительский кредит предполагает тщательную проверку заемщика и более низкую ставку.
5	Почему важно проверять кредитную историю заемщика?	Проверка кредитной истории позволяет оценить надежность заемщика, выявить наличие просрочек платежей, уровень закредитованности и вероятность своевременного погашения долга.
6	Назовите основные принципы предоставления банковских кредитов согласно действующему законодательству РФ. .	Основные принципы предоставления банковских кредитов включают: 1.Возвратность; 2.Платность; 3.Срочность; 4.Обеспеченность;

		5. Целевое использование.
7	Объясните понятие «обеспечение кредита».	Обеспечение кредита — это меры, принимаемые банком для снижения риска невыплаты долга заемщиком. Это может быть залог имущества, поручительство третьих лиц или гарантия платежеспособности заемщика
8	Перечислите основные риски банковской кредитной деятельности.	Основные риски банков в области кредитования: 1. Риск неплатежеспособности клиента (кредитный риск). 2. Рыночный риск изменения стоимости залога. 3. Операционный риск (ошибки сотрудников, мошенничество). 4. Юридический риск (неправильное оформление документов).
9	Приведите пример оформления документа, подтверждающего выдачу кредита клиенту.	Пример формы кредитного договора включает следующие пункты: 1. Реквизиты сторон (банк и заемщик); 2. Сумма и условия кредита (процентная ставка, сроки возврата); 3. График платежей; 4. Ответственность сторон; 5. Порядок досрочного погашения и расторжения договора.