

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Факультет управління фінансами та бізнесу
Кафедра фінансових технологій та консалтингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри фінансових технологій
та консалтингу
факультету управління фінансами та бізнесу
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол 1 від 27 серпня 2025 р.)

В.о. завідувача кафедри  Олена СІДЕЛЬНИК

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«Технологія продажу банківських продуктів»
що викладається в межах ОПІ
«Фінанси, банківська справа та страхування»
другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів із спеціальності
D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Львів 2025 р.

Назва дисципліни	Технологія продажу банківських продуктів
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Коперника,3
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет управління фінансами та бізнесу Кафедра фінансових технологій та консалтингу
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	D «Бізнес, адміністрування та право» D2 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
Викладачі дисципліни	Сідельник Олена Петрівна - доцент кафедри фінансових технологій та консалтингу Львівського національного університету імені Івана Франка, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладачів	sidelnyk.olena@lnu.edu.ua
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Консультації відбуваються у день проведення лекцій/практичних занять, а також за попередньою домовленістю. Можливі он-лайн консультації через платформу Microsoft Teams.
Сторінка дисципліни	https://financial.lnu.edu.ua/mahistr072_fondovyy-rynok_bankivska-sprava
Інформація про дисципліну	Дисципліна «Технологія продажу банківських продуктів» - вибіркова дисципліна з спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» для освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування», яка викладається в 3 семестрі в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою - ECTS)
Коротка анотація дисципліни	Навчальну дисципліну розроблено таким чином, щоб надати учасникам освітнього процесу можливість оволодіти методами і прийомами теорія та практика взаємодії банківської установи з клієнтами банку в процесі продажів банківських продуктів
Мета та цілі дисципліни	<i>Метою</i> вивчення дисципліни є формування системи знань з теорії продажів фінансових продуктів, прямих та непрямих каналів збуту; формування практичних навичок з питань взаємодії з клієнтською базою банку, розвитку комунікативної складової роботи з залучення нових клієнтів, встановлення контакту та підтримки ефективних стосунків з наявними клієнтами; вивчення характеристики етапів процесу продажу фінансових продуктів та методів прямого залучення клієнтів; технології ведення переговорів та супровід клієнтів після укладання угоди. Цілі дисципліни: – вивченні сутності, змісту, класифікації та особливостей продажу банківського продукту та послуги; етапи продажу; основні напрямки пошуку та залучення

	<p>клієнтів;</p> <ul style="list-style-type: none"> – засвоєнні суті та принципів клієнтоорієнтованої роботи банківської установи, етапів процесу лідогенерації, основи біхейвериської теорії та нейролінгвістичного програмування, цифрових каналів продажу банківських продуктів; – засвоєнні технік встановлення емоційного контакту з клієнтом, ведення переговорів, роботи з запереченнями та закриття угоди; – формуванні у студентів теоретичної і методологічної бази, необхідної для наступного оволодіння практикою використання оцінки ефективності організації процесу продажу в банку та способів оцінки ефективності роботи менеджера з продажів – застосування на практиці методів оцінки ефективності організації процесу продажів в банку та особистої ефективності роботи менеджера з продажів банківським продуктів.
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Безус Р. М., Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Донських А. С., Воловик Д. В. Маркетинг: навч. посібник. Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с. 2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с 3. Банківська система : підручник / [М. Крупка, Є. Андрушак, Н. Пайтра та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. Крупки. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2023. – 524 с. <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вінченті Е., Кушнір Н. О. Сучасні тенденції ринку банківських послуг із застосуванням інформаційних технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2022. Випуск 43. С. 32-36. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/43_2022ua/7.pdf 2. Владика Ю., Турова Л. Роль сучасних digital-технологій у функціонуванні банківської системи. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 25. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/252/240 3. В'язовий С. М., Сідельник О. П. Методологія визначення понятійного аспекту формування безготівкових розрахунків в умовах цифровізації економіки. <i>Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку</i>. Харків. 2022. Вип. 2(5). С. 7-12. 4. В'язовий С. М., Сідельник О. П. Оцінка конкурентних позицій України в інноваційній сфері безготівкових розрахунків і пріоритетів розвитку банківського сектора. <i>Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку</i>. Харків. 2023. Вип. 1 (8). С. 7-13. 5. Дзюблюк О. В., Луців Б. Л., Чайковський Я. І. Сучасний розвиток ринку платіжних карток у цифровій економіці. <i>Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики</i>. 2022. Том 6 (47). С. 51-64. URL: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3894/3703 6. Дубина М. В., Жаворонок А. В., Марич М. Г. Сучасний розвиток VIP-банкінгу в Україні. <i>Інфраструктура ринку</i>. 2019. №36. С. 385-392. DOI: https://doi.org/10.32843/infrastructure36-60 7. Жаворонок А. В. Міжнародний досвід функціонування ринку кредитних послуг. <i>Економічний дискурс</i>. 2020. Випуск 1. С. 68-77. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2020-1-8 8. Жаворонок А. В. Напрями вдосконалення диверсифікації банківських послуг в сучасних умовах. <i>Проблеми сучасних трансформацій</i>. Серія: економіка та управління. 2021. 2. С. 24-32. DOI: https://doi.org/10.54929/pmt-issue2-2021-7 9. Жаворонок А. В. Тенденції розвитку ринку кредитних послуг в Україні. <i>Галицький економічний вісник</i>. Тернопіль: ТНТУ, 2020. Том 63. № 2. С. 145-

155. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.145
10. Звіт про результати дослідження ринку банківських послуг у контексті порушення принципу конкурентного нейтралітету шляхом прийняття законодавчих та нормативно-правових актів, якими банки державного сектору наділяються виключними правами на надання банківських послуг в окремих сегментах ринку банківських послуг. Антимонопольний комітет України. 2020. 72 с. URL: <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/5fa/005/38a/5fa00538a9171513164556>.
 11. Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О. Інтернет-банкінг в Україні – інноваційний розвиток банківської сфери. Економічний простір. 2019. № 146. С. 43-56. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/120/114>
 12. Кузьменко О. В., Овчаренко В. О. Тенденції розвитку сучасних банківських технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Випуск 24, частина 2. С. 98-103. URL: http://www.visnyk-ekonom.uzhnu.uz.ua/archive/24_2_2019ua/21.pdf
 13. . Про банки і банківську діяльність : закон України : прийнятий 07.12.2000 р. № 2121-III. Верховна Рада України. Дата оновлення 29.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text>
 14. . Про затвердження Положення про порядок емісії та еквайрингу платіжних інструментів : постанова Національного банку України від 29.07.2022 р. № 164. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0164500-22#Text>
 15. . Про платіжні послуги : Закон України від 30 червня 2021 року № 1591-IX. Дата оновлення 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> 22. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: закон України : прийнятий 12.07.2001 р. № 2664-III. Верховна Рада України. Дата оновлення 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>
 16. Роберт Чалдіні Психологія впливу: переконуй, впливай, захищайся – Пітер- 5-е видання – 2017.
 17. Руда О. Л. Дистанційне обслуговування в банківській системі. Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 39. С. 353-358. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/60.pdf
 18. . Холявко Н., Попелко О., Дубина М., Тарасенко А. Сучасні інформаційні технології на ринку фінансових послуг України. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2022. № 1(29). С. 77-87. URL: <http://preu.stu.cn.ua/article/view/265922/261951>
 19. Чайковський Я. І. Банківські технології і продукти : навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 172 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45634>
 20. Roberts P.W. Dynamics of Innovative Activity and Competitive Advantage: The Case of Australian Retail Banking, 1981 to 2015. Organization Science. 2020. Vol. 14. № 2. P. 107–122.
 21. Walker, T., & Morris, L. (2021). The Handbook of Banking Technology (1st ed.). Wiley. URL: <https://www.perlego.com/book/2237422/the-handbook-of-banking-technology-pdf>
 22. Сідельник О.П. Впровадження сучасних технологій продажу банківських продуктів. Збірник тез XV міжнародної науково-практичної конференції «Інтеграція України в європейський і світовий простір». / Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи». – Львів, 2020.

Інтернет джерела:

	<p>23. Офіційний сайт Асоціації Українських Банків // www.aub.com.ua</p> <p>24. Офіційний сайт Державного комітету статистики України // www.ukrstat.gov.ua</p> <p>25. Офіційний сайт Національного банку України // www.bank.gov.ua Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку. URL: https://www.nssmc.gov.ua/news/insights</p> <p>26. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua/.</p> <p>27. Офіційний сайт Віртуального університету Міністерства фінансів України. URL: http://edu.minfin.gov.ua/Pages/Default.aspx.</p> <p>28. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В.Стефаника. URL: http://www.lsl.lviv.ua/</p> <p>29. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua/.</p>						
Обсяг курсу	<p><u>Всього, денна форма навчання: 90 год</u></p> <p>Аудиторні години: 24 з них:</p> <table> <tr> <td>лекції</td> <td>16 годин</td> </tr> <tr> <td>лабораторна робота</td> <td>8 годин</td> </tr> <tr> <td>самостійна робота</td> <td>66 годин</td> </tr> </table>	лекції	16 годин	лабораторна робота	8 годин	самостійна робота	66 годин
лекції	16 годин						
лабораторна робота	8 годин						
самостійна робота	66 годин						
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>знати</i>: основні поняття та категорії з дисципліни; теоретичні та організаційні засади технології продажу банківських продуктів, засвоєнні суті та принципів клієнтоорієнтованої роботи банківської установи, етапи процесу лідогенерації, основи біхейвериської теорії та нейролінгвістичного програмування, цифрових каналів продажу банківських продуктів • <i>вміти</i>: досліджувати асортимент ринку банківських продуктів, аналізувати та сегментувати банківський ринок, у тому числі ринок онлайн, визначати актуальні та ефективні технології продаж банківських продуктів, визначати ефективність цифрових маркетингових комунікаційних інструментів. <p>Вивчення ОК сприяє розвитку таких soft skills: аналітичні навички, навички критичного мислення, комунікаційні навички, навички прийняття рішень.</p>						
Ключові слова	Банківський продукт, банківська послуга, технології продажу банківських продуктів, процес продажу, акт продажу, переговорний процес, лідогенерація						
Формат курсу	Очний						
Теми	Див. СХЕМУ КУРСУ						
Підсумковий контроль, форма	Залік в кінці семестру						
Прореquisite	Макроекономіка, Банківські операції, Маркетинг, Менеджмент						
Навчальні методи та техніки, які	<i>Лекції</i> з презентаціями (інформативний метод, пояснювально-ілюстративний метод, методи аналізу і синтезу).						

<p>будуть використовуватися під час викладання курсу</p>	<p><i>Семінарські заняття</i> (доповідь, дискусії, групові дискусії, ілюстрація, демонстрація) <i>Практичні заняття</i> (виконання індивідуальних завдань, розв'язування задач та ситуаційних вправ, методи фундаментального та технічного аналізу); <i>Самостійна робота</i> (поглиблене вивчення тем курсу, виконання індивідуальних завдань).</p>
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Наявність ноутбука, мобільного телефону чи планшета, мультимедійного проєктора, доступ до мережі Internet, звукового обладнання. доступ до торговельних платформ</p>
<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Максимально можлива кількість балів за семестровий залік здобувача вищої освіти становить 100 балів Бали нараховуються на наступним співвідношенням: - семінари/практичні заняття– 40% семестрової оцінки, максимальна кількість балів 40 (8 занять по 5 балів); - самостійна робота – 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів 30 (опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань, або участь у роботі конференцій, конкурсах наукових робіт, наукові публікації за темами ОК); - контрольна робота – 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів 30; Отримання сертифіката про проходження он-лайн курсу, тренінгу, вебінару (онлайн – на платформах Prometheus, EdEra, COURSERA, Дія освіта та ін. чи оф лайн)) з дисципліни в рамках неформальної освіти, дає змогу для перезарахування балів з окремих тем ОК. Загалом протягом семестру 100 балів. Здобувачі зобов'язані дотримуватись термінів визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених ОК. <i>Академічна доброчесність:</i> дотримання академічної доброчесності здобувачами, згідно «Положення про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка» (http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/reg_academic_virtue.pdf) передбачає: - самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання; - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; - надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. <i>Відвідування занять:</i> всі здобувачі мають відвідувати лекційні/практичні/семінарські заняття. <i>Література:</i> здобувачі заохочуються до використання додаткових джерел літератури, яких немає у рекомендованих. <i>Політика виставлення балів:</i> враховуються бали, набрані зі всіх видів передбачених робіт. При цьому обов'язковою є присутність на заняттях та активність здобувача під час занять; недопустимість пропусків; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов'язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p>

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

Критерії оцінювання знань за видами робіт

Бали поточної успішності за участь у семінарах та виконання практичних робіт (8 занять*5 балів =max.40 б.):

5 - здобувач в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові (практичні) завдання.

4 - здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при висвітленні окремих питань недостатньо повно приводить аргументи, допускає окремі неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань (практичних ситуаційних вправ).

3 - здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, володіє основним змістом тем з ОК під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання додаткової літератури, допускає окремі істотні неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових (практичних) завдань.

2 - здобувач фрагментарно, поверхово володіє навчальним матеріалом, під час усних виступів та письмових відповідей висвітлює матеріал без аргументації та обґрунтування, допускає суттєві неточності, правильно вирішив меншу частину тестових (практичних) завдань.

0-1 - здобувач частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі висвітлити зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускає суттєві помилки. Правильно вирішив окреме тестове завдання.

Самостійна робота (СРС) полягає у виконанні завдань самостійної роботи кожним здобувачем.

Критерії оцінювання:

26-30 - робота виконана та захищена згідно графіка, містить послідовний та аргументований обґрунтований висновок.

21-25 - робота достатньо аргументована; однак допущені незначні помилки.

16-20 - робота захищена, але виконана частково, з порушенням термінів або вимог, висновок не обґрунтований.

11-15 - робота не захищена та виконана частково, з порушенням термінів або вимог, відсутні висновки; обґрунтування відповіді є слабо аргументоване або в окремих аспектах алогічне.

6 -10 - робота не захищена та виконана з порушенням термінів і вимог; обґрунтування відповіді є слабо аргументоване і в окремих аспектах алогічне.

0 – 5 - робота не виконана.

Контрольна робота передбачає виконання 30 тестових питань (30*1бал)

Поточний контроль			РАЗОМ -100 БАЛІВ
Семінарські та практичні заняття	Самостійна робота студента	Контрольна робота (тести)	

40

30

30

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти за результатами підсумкового контролю

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		
		Екзамен, диференційований залік		Залік
A	90 – 100	5	відмінно	зараховано
B	81 – 89	4	дуже добре	
C	71 – 80		добре	
D	61 – 70	3	задовільно	
E	51 – 60	2	достатньо	не зараховано
FX	21-50		незадовільно	
F	0-20	2	незадовільно (без права перездачі)	не зараховано (без права перездачі)

Питання до підсумкового контролю

- Економічна сутність продажів, їх значення у формуванні прибуткової частини банку.
- Класифікація видів продажів.
- Технології продажу банківських продуктів банку: необхідність, сутність та основні складові елементи.
- Зміст роботи менеджера з продажу, види продавців залежно від основних цілей.
- Визначення сутності понять «лід» та «потенційний клієнт», відмінності в ознаках.
- Формування процесу лідогенерації.
- Декомпозиція продуктової пропозиції комерційного банку.
- Характеристика етапів продажів та дії продавця на кожному етапі.
- Джерела особистою та фінансової інформації. підготовки до зустрічі: зміст та структура.
- Діагностика компетентності менеджера з продажів.
- Сутність скриптів, переваги та недоліки «холодних дзвінків» по скрипту.
- Сторітеллінг, як основний інструмент продажу бранда.
- Основні принципи написання ефективних скриптів: для встановлення контакту, для роботи з клієнтськими запереченнями.
- Сутність та особливості здійснення «холодних телефонних дзвінків».
- Техніки встановлення емоційного контакту з клієнтом за допомогою невербальних компонентів.
- Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: невербальні (посмішка, поза, зоровий контакт).
- Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: вербальні компоненти.
- Особливості встановлення контакту з клієнтами, що перебувають в різних емоційних станах.
- Презентація банку та банківського продукту.
- Способи виявлення домінуючих каналів сприйняття інформації у клієнта та використання цієї інформації презентації.
- Особливості презентації банківських продуктів, вживання специфічної фінансової лексики та наочної ілюстрації.
- Виявлення та подолання клієнтських заперечень та сумнівів.
- Алгоритм завершення зустрічі. Підсумки зустрічі та наступні кроки (follow-up).

	<ul style="list-style-type: none"> 24. Економічний зміст клієнтського супроводу та підтримка комунікації з клієнтами. 25. Досвід закордонних банків менеджерського супроводу клієнтів. CRM (Customer Relationship Management) як концепція управління відносинами з клієнтами та інструмент клієнтського супроводу. 26. Продаж вигоди для клієнта та конкурентні переваги. 27. Техніки вдосконалення продуктової експертності менеджера з продажів. 28. Методи додаткових продаж в банку: up-sell, down-sell, cross-sell. 29. Застосування cross-sell матриці в практиці збільшення середньої доходності клієнта банку. 30. Перспективи професії менеджера з продажів в Україні та світі
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості викладання курсу буде надано по завершенню курсу.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тижд	Тема, план, короткі тези	Вид навчальної діяльності Л (ПР/СЗ, СРС), год.	Література. Ресурси в інтернеті	Завдання
за розкладом	<p>Тема 1. Особливості продажів в банку. Клієнтоорієнтований підхід в роботі менеджера з продажу в банку</p> <p>31. Економічна сутність продажів, їх значення у формуванні прибуткової частини банку.</p> <p>32. Класифікація видів продажів.</p> <p>33. Технології продажу банківських продуктів банку: необхідність, сутність та основні складові елементи.</p> <p>34. Зміст роботи менеджера з продажу, види продавців залежно від основних цілей.</p>	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 8-15]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю
за розкладом	<p>Тема 1. . Особливості продажів в банку. Клієнтоорієнтований підхід в роботі менеджера з продажу в банку</p> <p>1. Економічна сутність продажів, їх значення у формуванні прибуткової частини банку, прямі та непрямі учасники процесу продажів, визначення ефективного продавця.</p> <p>2. Введення в понятійний апарат дефініцій: процес продажу, акт продажу, переговорний процес.</p> <p>3. Класифікація видів продажів.</p> <p>4. Технології продажу банківських продуктів банку: необхідність, сутність та основні складові елементи.</p> <p>5. Зміст роботи менеджера з продажу, види продавців залежно від основних цілей.</p> <p>6. Якості, знання та навички сучасного продавця.</p> <p>7. Перспективи професії менеджера з продажів в Україні та світі.</p> <p>Самостійна робота Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	Семинар 1 год СРС – 9 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 8-15]	Доповіді, презентації, тести
за розкладом	<p>Тема 2. Лідогенерація та декомпозиція продуктової пропозиції комерційного банку</p> <p>1. Визначення сутності понять “лід” та «потенційний клієнт», відмінності в ознаках.</p> <p>2. Формування процесу лідогенерації.</p> <p>3. Декомпозиція продуктової пропозиції комерційного банку.</p>	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 6-11; 18]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю

за розкладом	<p>Тема 2. Лідогенерація та декомпозиція продуктової пропозиції комерційного банку</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення сутності понять “лід” та «потенційний клієнт», відмінності в ознаках. 2. Класифікація лідів. 3. Формування процесу лідогенерації. 4. Декомпозиція продуктової пропозиції комерційного банку. 5. Характеристика елементів декомпозиції продуктової пропозиції комерційного банку: лід-магніт, тріп-ваєр, фронт-енд. 6. Виконання завдання; кейс «Практика застосування декомпозиції продуктової пропозиції в комерційних банках в розрізі приватних та корпоративних клієнтів.» <p>Самостійна робота Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	Семінарське/Практичне заняття 1 год СРС – 6 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 6-11; 18]	Завдання для практичного заняття, тести
за розкладом	<p>Тема 3. Етапи продажу в банку: структура, характеристика та вимоги</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика етапів продажів та дії продавця на кожному етапі. 2. Джерела особистою та фінансової інформації. підготовки до зустрічі: зміст та структура. 3. Діагностика компетентності менеджера з продажів. 	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 11-15]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю
за розкладом	<p>Тема 3. Етапи продажу в банку: структура, характеристика та вимоги</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура процесу продажу. характеристика етапів продажів та дії продавця на кожному етапі. 2. Причини невдалого продажу, аналіз та висновки. 3. Підготовчий етап: роль, технології здійснення. 4. Первісний збір інформації про клієнта, як основний елемент підготовчого етапу. 5. Джерела особистою та фінансової інформації. ист підготовки до зустрічі: зміст та структура. 6. Діагностика компетентності менеджера з продажів. <p>Самостійна робота Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	Семінар 1 год СРС – 6 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 11-15]	Доповіді, презентації, тести

<p>Тема 4. Система управління конкурентоспроможністю банку</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність скриптів, переваги та недоліки «холодних дзвінків» по скрипту. 2. Технології складання ефективного тексту для фішінгу в соціальних мережах. 3. Сторітеллінг, як основний інструмент продажу брэнда. 4. Скрипт розмови, як головний інструмент телемаркету. 5. Спосіб складання інтерактивних скриптів та принципи користування ними. 6. Основні принципи написання ефективних скриптів: для встановлення контакту, для роботи з клієнтськими запереченнями. 7. Основи складання комерційної пропозиції для клієнта. 8. Сутність та особливості здійснення «холодних телефонних дзвінків». 9. Підготовка до телефонної розмови: техніки психологічного налаштування продавця, техніки роботи з голосом, емоційне наповнення розмови по скрипу та підготовка робочого місця. 10. Техніки телефонної розмови з особою що приймає рішення. 11. Прийоми подолання негативного впливу неуспішних переговорів. <p>Самостійна робота Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	<p>Семинар 1 год СРС – 6 год</p>	<p>Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 7-16]</p>	<p>Доповіді, презентації, тести</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------

за розкладом	<p>Тема 5. Техніки встановлення першого контакту. Невербальні компоненти. Вербальні компоненти</p> <p>1. Техніки встановлення емоційного контакту з клієнтом за допомогою невербальних компонентів.</p> <p>2. Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: невербальні (посмішка, поза, зоровий контакт).</p> <p>3. Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: вербальні компоненти.</p> <p>Особливості встановлення контакту з клієнтами, що перебувають в різних емоційних станах.</p>	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 4-10; 12]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю
за розкладом	<p>Тема 5. Техніки встановлення першого контакту. Невербальні та вербальні компоненти</p> <p>Техніки встановлення емоційного контакту: емоційна виразність, гнучкість позиції.</p> <p>Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: невербальні (посмішка, поза, зоровий контакт).</p> <p>Техніки Раппорт та приєднання, «соціальний приклад», «принцип подібності».</p> <p>Дрес-код, його різновиди та бізнес-стиль менеджера. Дрес-код продавця банківських послуг як елемент корпоративної культури.</p> <p>Техніки встановлення емоційного контакту з клієнтом за допомогою вербальних компонентів.</p> <p>Способи встановлення емоційного контакту: емоційна виразність, small-talk, світське спілкування, гнучкість позиції, подолання закритості клієнта до нав'язливих продажів.</p> <p>Фактори що впливають на становлення довірчих відносин: вербальні компоненти (привітання, компліменти).</p> <p>Методи виявлення різних емоційних станів клієнта.</p> <p>Особливості встановлення контакту з клієнтами, що перебувають в різних емоційних станах. Методи зняття внутрішніх «блоків» клієнта.</p> <p>Самостійна робота</p> <p>Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	Семинар 1 год СРС – 6 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 4-10; 12]	Доповіді, презентації,

за розкладом	<p>Тема 6. Технології ведення переговорів та способи ефективної презентації банківського продукту</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентація банку та банківського продукту. 2. Способи виявлення домінуючих каналів сприйняття інформації у клієнта та використання цієї інформації презентації. 3. Особливості презентації банківських продуктів, вживання специфічної фінансової лексики та наочної ілюстрації. 4. Продаж вигоди для клієнта та конкурентні переваги. 	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 5; 8-9;19]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю
за розкладом	<p>Тема 6. Технології ведення переговорів та способи ефективної презентації банківського продукту</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Способи виявлення домінуючих каналів сприйняття інформації у клієнта та використання цієї інформації для презентації. 2. Презентація банку 3. Особливості презентації банківських продуктів, вживання специфічної фінансової лексики та наочної ілюстрації. 4. Продаж вигоди для клієнта та конкурентні переваги. 5. Правило трьох пропозицій, принцип «соціального доведення», принцип «авторитету», принцип «знай свій продукт». Практичне заняття: Рольова гра «продаж банківського продукту.Ведення переговорів» <p>Самостійна робота Самостійне опрацювання теоретичних питань та виконання завдань.</p>	Семінарське /Практичне заняття 1 год СРС – 11 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 5; 8-9;19]	Завдання для практичного заняття
за розкладом	<p>Тема 7. Робота з запереченнями клієнта та укладання угоди. Менеджерський супровід клієнтів банку</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виявлення та подолання клієнтських заперечень та сумнівів. 2. Алгоритм завершення зустрічі. Підсумки зустрічі та наступні кроки (follow-up). 3. Економічний зміст клієнтського супроводу та підтримка комунікації з клієнтами. 4. Досвід закордонних банків менеджерського супроводу клієнтів. CRM (Customer Relationship Management) як концепція управління відносинами з клієнтами та інструмент клієнтського супроводу. 	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 5-17]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю

за розкладом	<p>Тема 7. Робота з запереченнями клієнта та укладання угоди. Менеджерський супровід клієнтів банку</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аргументація та обґрунтування виявлення та подолання клієнтських заперечень та сумнівів. 2. Засоби переконання клієнтів. Техніка «Трансформатор», техніка «уступки», техніка «нецінові війни», техніка «подрібнення ціни», тощо. 3. Технологія СПІН-продажів та їх ефективність в українській ментальності. 4. Алгоритм завершення зустрічі. Підсумки зустрічі та наступні кроки (follow-up). 5. Економічний зміст клієнтського супроводу та підтримка комунікації з клієнтами. Особливості в організації роботи з супроводу з корпоративними та індивідуальними клієнтами в банку. 6. Принципи та технології клієнтської підтримки в банку (способи комунікації, організація клієнтських заходів, створення інформаційного приводу). 7. Досвід закордонних банків менеджерського супроводу клієнтів. CRM (Customer Relationship Management) як концепція управління відносинами з клієнтами та інструмент клієнтського супроводу. <p>Самостійна робота Техніки вирішення конфліктних ситуацій з клієнтами банку Експрес-аналіз клієнтів в розрізі ступеня аргументованості претензій клієнта. Характеристика кожного виду та алгоритм дій менеджера з продажів. Техніки збереження самоконтролю. Методи заспокоєння роздратованого клієнта. Способи вирішення конфлікту із збереженням клієнта в банку.</p>	Семінар 1 год СРС – 11 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 5-17]	Доповіді, презентації
--------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	------------------------------------------------------------------------	-----------------------

за розкладом	<p>Тема 8. Матриця cross-sell та методи додаткових продаж в банку</p> <p>1. Техніки вдосконалення продуктової експертності менеджера з продажів.</p> <p>2. Методи додаткових продаж в банку: up-sell, down-sell, cross-sell.</p> <p>3. Застосування cross-sell матриці в практиці збільшення середньої доходності клієнта банку.</p>	Лекція 2 год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 16]	Лекція-візуалізація Питання для самоконтролю
за розкладом	<p>Тема 8. Матриця cross-sell та методи додаткових продаж в банку</p> <p>1. Техніки вдосконалення продуктової експертності менеджера з продажів.</p> <p>2. Методи додаткових продаж в банку: up-sell, down-sell, cross-sell.</p> <p>3. Застосування cross-sell матриці в практиці збільшення середньої доходності клієнта банку.</p> <p>Самостійна робота</p> <p>Організація клієнтських заходів, створення інформаційного приводу як метод додаткових продажів.</p>	Семінар 1 год СРС – 11год	Список основної та додаткової літератури Інтернет-ресурси [1-3; 16]	Доповіді, презентації

*термін виконання - за розкладом