



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/26 от*

29.05.2023 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

29 мая 20 23 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по профессиональному модулю
ПМ. 02 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ»
МДК.02.01. Планирование и организация продаж в страховании (по
отраслям)
МДК.02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям)
Специальность 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)
Квалификация: Специалист страхового дела
Заочная форма обучения

Программа профессионального модуля «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.02 Страхование (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 г. № 833.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:

Плотникова Инна Аглымовна, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	21
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	25

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация продаж страховых продуктов

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация продаж страховых продуктов.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа «Организация продаж страховых продуктов» является профессиональным модулем специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям) и содержит МДК.02.01. Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям), МДК.02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям).

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- организации продаж страховых продуктов;
- уметь:
- анализировать основные показатели страхового рынка;
- выявлять перспективы развития страхового рынка;
- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;
- формировать стратегию разработки страховых продуктов;
- составлять стратегический план продаж страховых продуктов;
- составлять оперативный план продаж;
- рассчитывать бюджет продаж;
- контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;
- выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;
- проводить анализ эффективности организационных структур продаж;
- организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;
- определять перспективные каналы продаж;

- анализировать эффективность каждого канала;
- определять величину доходов и прибыли канала продаж;
- оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;
- рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;
- проводить анализ качества каналов продаж;
- знать:
 - роль и место розничных продаж в страховой компании;
 - содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;
 - принципы планирования реализации страховых продуктов;
 - нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;
 - принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;
 - методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;
 - место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;
 - маркетинговые основы розничных продаж;
 - методы определения целевых клиентских сегментов;
 - основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;
 - порядок формирования ценовой стратегии;
 - теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;
 - виды и формы плана продаж;
 - взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;
 - методы разработки плана и бюджета продаж:
 - экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;
 - организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, каналную, продуктовую, смешанную;
 - слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;
 - модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;
 - классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;
 - каналы розничных продаж в страховой компании;
 - факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;

- способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;
- соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;
- основные показатели эффективности продаж;
- порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;
- зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;
- коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;
- качественные показатели эффективности каналов продаж.

5.1. Специалист страхового дела (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

5.2.2. Организация продаж страховых продуктов.

ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.

ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.

ПК 2.3. Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.

ПК 2.4. Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

всего – 386 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 278 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 24 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 254 часов

учебной и производственной практики – 108 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля 2

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			Всего, часов	в т.ч. лекции, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 1.1-1.10	Раздел 1. МДК.02.01 Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)	139	14	4	6	125	4	36	36	
ПК 1.1-1.10	Раздел 2. МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)	139	10	4	6	129				
Всего:		278	24	8	12	254	4	36	72	
Всего часов с учетом практик		386								

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Раздел и тема	Содержание учебного материала	часы	Уровень усвоения
МДК.02.01 Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)			
Раздел 1	Страховой рынок		
1.1. Страховой рынок. Перспективы развития страхового рынка.	Лекция. Современный страховой рынок. Структура страхового рынка. Рынок страхования. Развитие национальной системы страхования. Особенности страхового рынка в России. Российские страховые компании. Концентрация страхового рынка. Страховые премии. Развитие страхового рынка. Планирование и прогнозирование страховой деятельности. Виды и формы планирования. Стратегический план. Оперативный план (бизнес-план). Прогноз рынка. Расчет плана продаж. Процедуры разработки плана продаж	2	ознакомительный
1.2. Экономическая составляющая страхования.	Самостоятельная работа обучающихся Общие принципы организации финансов страховщика. Признаки экономической категории. Денежный оборот компании. Страховой фонд. Основным источником получения прибыли для страховой организации. Инструкция о порядке расчета нормативного соотношения активов и обязательств страховщиков. Финансовая устойчивость страховых операций. Самостоятельная работа обучающихся «Расчет финансовой устойчивости страховых операций»	6	Ознакомительный
		2	Репродуктивный продуктивный
Раздел 2	Розничные продажи		
2.1. Стратегическое управление розничными продажами.	Лекция. Стратегическое управление розничными продажами. Роль и место розничных продаж в страховой компании. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж. Построение клиентоориентированной модели розничных продаж. Логика разработки стратегии розничных продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией. Экспресс-анализ рынка розничного страхования и перспективы его развития. Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании. Самостоятельная работа обучающихся Маркетинговая стратегия розничных продаж. Определение целевых клиентских сегментов. Формирование продуктовой стратегии. Формирование стратегии развития каналов продаж. Ценовая стратегия в области розничных продаж. Стратегия развития сбытовой сети розничных продаж. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. План роста производительности сбытовой	2	Ознакомительный
		4	
		2	Репродуктивный продуктивный

	<p>сети. Долгосрочный прогноз объемов продаж. Реализация стратегии розничных продаж.</p> <p>Практическое занятие «Разработка маркетинговой стратегии розничных продаж»</p>		
2.2. Оперативное планирование розничных продаж.	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Виды и формы плана продаж. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж. Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяция, встречное планирование, директивное планирование. Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж.</p> <p>Процедуры планирования продаж в страховой компании. Принципы планирования. Логистика планирования продаж. Органы планирования. Нормативная база страховой компании по планированию в сфере продаж.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся «Разработка плана продаж»</p>	8	Ознакомительный
		4	Репродуктивный продуктивный
2.3. Организация розничных продаж	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж. Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности.</p> <p>Классификация технологий продаж в розничном страховании: по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж. Каналы розничных продаж в страховой компании. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании. Классификация каналов розничных продаж в страховании. Прямые и посреднические каналы продаж. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся «Формирование организационной структуры розничных продаж»</p> <p>«Модель соотношения центральных и региональных розничных продаж»</p>	6	Ознакомительный
		6	Репродуктивный Продуктивный Репродуктивный продуктивный
2.4. Технология агентских продаж	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Планирование развития агентской сети в страховой компании. Диагностика состояния агентской сети. Разработка плана мероприятий и бюджета по развитию агентской сети. Формирование плана рекрутинга агентов, расчет производительности новых и опытных агентов, разработка агентского плана продаж компании.</p> <p>Организация деятельности компании по развитию агентской сети. Рекрутинг агентов: источники, формы и методы. Инструментарий оценки кандидатов в агенты и порядок его практического применения.</p>	6	Ознакомительный

	<p>Обучение агентов и сотрудников подразделений компании по работе с агентами.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся Программы обучения для начинающих агентов, агентских менеджеров, директоров и заместителей директоров филиалов по продажам. Система адаптации агентов в страховой компании. Понятие первичной и полной адаптации. Содержание адаптации. Роль наставников и агентских менеджеров в процессе адаптации. Управление агентской сетью в процессе текущей деятельности. Планирование деятельности агента. Развитие агентских менеджеров и наставничества. Создание системы обслуживания агентов в компании: материально-техническое, операционное и ИТ-обеспечение агентской деятельности. Подходы к мотивации агентской сети. Доминирующие интересы и мотивационные стимулы различных групп агентов. Разработка систем стимулирования для различных групп агентов и агентских менеджеров. Модели выплаты комиссионного вознаграждения.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся «Разработка перечня сетевых посредников»</p>	6	Репродуктивный продуктивный
		5	
2.5. Технология брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами	<p>Самостоятельная работа обучающихся Технология по работе с брокерами: привлечение брокеров, оформление юридических отношений, обеспечение брокеров необходимыми материалами, поддержка продаж, прием выполненных работ. Организационные модели по работе с брокерами. Нормативная база страховой компании по работе с брокерами. Ключевые преимущества технологии работы с финансовыми консультантами. Организация взаимодействия страховой компании и независимых финансовых консультантов. Организация продаж финансовыми консультантами на примере практического опыта</p>	6	ознакомительный
2.6. Технология банковских продаж.	<p>Самостоятельная работа обучающихся Понятие банковского страхования и практический опыт различных стран в его реализации. Мотивы участия банков в страховании. Мотивы страховщиков при организации банковского страхования. Формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет. Содержание технологии банковских продаж: создание базы данных по банкам и проведение переговоров, определение стратегии продаж, выбор страховых и банковских продуктов, заключение соглашения с банком и определение регламента взаимодействия, обучение и мотивация сотрудников банка, создание рабочего места для сотрудника страховой компании, ИТ-обеспечение продаж, контроль</p>	6	Ознакомительный Репродуктивный

	страхования и урегулирования убытков. Самостоятельная работа обучающихся «Расчет нормативов в сфере розничных продаж»		продуктивный
2.13. Создание системы поддержки продаж в страховой компании.	Самостоятельная работа обучающихся Продажи как комплексное явление в страховой компании. Ключевые факторы успеха в розничных продажах. Операционная поддержка продаж розничных страховых услуг: разработка продуктов, система андеррайтинга и сопровождения договоров страхования, качественное и быстрое урегулирование убытков как необходимое условие успешных продаж. Неоперационная поддержка продаж. ИТ-обеспечение продаж и создание АРМ продавцов. Финансовое обеспечение продаж. Развитие персонала продаж в страховой компании. Самостоятельная работа обучающихся «Разработка конкретной технологии продаж» «Технологии продаж»	6 4	Ознакомительный Репродуктивный продуктивный
Курсовая работа		4	
Экзамен			
Итого		139	

Раздел и тема	Содержание учебного материала	часы	Уровень усвоения
МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)			
Раздел 1	Страховой рынок		
1.1 Страховой маркетинг его цели и особенности.	Лекция. Особенности страхового маркетинга и факторы, определяющие его развитие. Субъективные стороны страхового маркетинга Структура страхового маркетинга. Маркетинговая стратегия страховой компании. Построение маркетинговой службы в страховой компании. Изучение потенциальных страхователей Изучение мотивов потенциального клиента при заключении договора страхования; Анализ рынка страховой компании. Исследование продукта (вида страховых услуг). Анализ форм и каналов продвижения страховых услуг от страховщика к потенциальному клиенту. Изучение конкурентов, определение форм и уровня конкуренции. Исследование рекламной деятельности Определение наиболее эффективных способов продвижения страховых услуг от	2	Ознакомительный

	<p>Организация эффективной работы агентской сети страховой компании Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании. Контакт-центр страховой компании: предназначение, состав и организация работы Технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами. Технология по работе с брокерами: привлечение брокеров, оформление юридических отношений, обеспечение брокеров необходимыми материалами, поддержка продаж, прием выполненных работ. Организационные модели по работе с брокерами. Нормативная база страховой компании по работе с брокерами. Ключевые преимущества технологии работы с финансовыми консультантами. Организация взаимодействия страховой компании и независимых финансовых консультантов. Организация продаж финансовыми консультантами на примере практического опыта.</p> <p>Практическое занятие Технологии сетевых посреднических продаж. <i>Определение сетевых посредников:</i> союзы, ассоциации, банки, лизинговые и транспортные компании, а также другие посредники. Планирование развития агентской сети в страховой компании. Диагностика состояния агентской сети. Разработка плана мероприятий и бюджета по развитию агентской сети. Формирование плана рекрутинга агентов, расчет производительности новых и опытных агентов, разработка агентского плана продаж компании. Организация деятельности компании по развитию агентской сети. Рекрутинг агентов: источники, формы и методы. Обучение агентов и сотрудников. Управление агентской сетью в процессе текущей деятельности. Планирование деятельности агента. Подходы к мотивации агентской сети. Доминирующие интересы и мотивационные стимулы различных групп агентов. Разработка систем стимулирования для различных групп агентов и агентских менеджеров. Модели выплаты комиссионного вознаграждения.</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Разработка перечня сетевых посредников и их мотивации». • «Разработка конкретной технологии продаж» 	2	<p>Репродуктивный Продуктивный</p> <p>Репродуктивный продуктивный</p>
2.3.1. Технология	Самостоятельная работа обучающихся	8	ознакомительный

<p>брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами</p>	<p>Технология по работе с брокерами: привлечение брокеров, оформление юридических отношений, обеспечение брокеров необходимыми материалами, поддержка продаж, прием выполненных работ. Организационные модели по работе с брокерами. Нормативная база страховой компании по работе с брокерами. Ключевые преимущества технологии работы с финансовыми консультантами. Организация взаимодействия страховой компании и независимых финансовых консультантов. Организация продаж финансовыми консультантами на примере практического опыта</p>		
<p>2.3.2. Технология банковских продаж.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Понятие банковского страхования и практический опыт различных стран в его реализации. Мотивы участия банков в страховании. Мотивы страховщиков при организации банковского страхования. Формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет. Содержание технологии банковских продаж: создание базы данных по банкам и проведение переговоров, определение стратегии продаж, выбор страховых и банковских продуктов, заключение соглашения с банком и определение регламента взаимодействия, обучение и мотивация сотрудников банка, создание рабочего места для сотрудника страховой компании, ИТ-обеспечение продаж, контроль реализации. Ключевые факторы успеха в банковском страховании</p> <p>« Технологии банковских продаж»</p>	<p>8</p>	<p>Ознакомительный</p> <p>Репродуктивный продуктивный</p>
<p>2.3.3. Технологии сетевых посреднических продаж.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Определение сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, предприятия, туристические фирмы, предприятия розничной торговли и т.д. Разработка программы по работе с сетевым посредником: назначение ответственного менеджера, выбор страховых продуктов, заключение соглашения с посредником и выработка регламента взаимодействия, разработка и оформление технологии продаж, реализация и контроль технологии. Технология страхования жилых помещений: разработка плана реализации технологии, заключение необходимых договоров с предприятиями жилищно-коммунального хозяйства, реализация программы в регионах. Технологии продаж полисов через почту, предприятия розничной торговли, и других сетевых посредников: порядок разработки и реализации.</p>	<p>10</p>	<p>Ознакомительный</p>

	<i>Практическое занятие</i> « Технологии сетевых посреднических продаж»	2	Репродуктивный продуктивный
2.3.4. Технология прямых офисных продаж. Технология продажи полисов на рабочих местах	Самостоятельная работа обучающихся Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж. Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж. Материально-техническое обеспечение и автоматизация деятельности офиса розничных продаж страховой компании. Преимущества технологии ПРМ для предприятия, сотрудников и страховой компании. Содержание технологии продажи полисов на рабочих местах. Определение перечня перспективных предприятий. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования. Определение механизма уплаты страховой премии. Оборудование рабочего места продавца страховых услуг и автоматизация продаж. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности.	10	Ознакомительный
	Самостоятельная работа обучающихся Технология прямых офисных продаж. Технология продажи полисов на рабочих местах	4	Репродуктивный продуктивный
2.3.5. Технология персональных продаж в розничном страховании.	Самостоятельная работа обучающихся Персональные продажи при организации обслуживания ключевых розничных клиентов. Создание организационной структуры персональных продаж. Создание баз данных по ключевым клиентам. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании. Организация качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги, сопровождения договора страхования и урегулирования убытков.	10	Ознакомительный
	Самостоятельная работа обучающихся «Расчет нормативов в сфере розничных продаж»	3	Репродуктивный продуктивный
2.4 Анализ страховых операций. Резервы страховой организации.	Самостоятельная работа обучающихся Виды страховых резервов: 1. фонд предупредительных мероприятий (ФПМ); 2. резерв по страхованию жизни; 3. резерв незаработанной премии (РНП);	10	Ознакомительный

	<p>однородности, равновесии и стабильности. Коэффициент финансовой устойчивости страховых операций. Точка финансового равновесия. Оценка финансовой устойчивости через сопоставление показателей убыточности страховой суммы и убыточности страховых операций.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся «Расчет рентабельности канала продаж» «Расчитать сбалансированность страхового портфеля» «Сопоставление убыточности и прибыльности»</p>	4	Репродуктивный продуктивный
2.7 Анализ финансовых результатов страховщика	<p>Самостоятельная работа обучающихся Финансовый результат страховой организации как совокупный итог финансовых операций. Реальный финансовый результат – сальдо по всем видам операций. Показатель эффективности страховых операций. Анализ рентабельности страховых операций. Себестоимость страховых операций. Порог рентабельности страховых операций. Анализ рентабельности на рубль собственного капитала и на рубль страховых премий.</p>	10	Ознакомительный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся «Формы отчетности страховых компаний»</p>	4	Репродуктивный продуктивный
Экзамен			
Учебная практика			36
Производственная практика			72
Квалификационный экзамен			
Итого			139
Всего по профессиональному модулю			386

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия кабинета по профилю дисциплины.

Оборудование учебного кабинета:

- мебель по количеству студентов,
- доска,
- наглядные пособия, дидактические средства.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры,
- мультимедиа-проектор,
- программное обеспечение (Linux Mint, Apache OpenOffice, Kaspersky Anti-Virus (Пробная версия), Консультант Плюс, браузер).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Гражданский кодекс Российской Федерации , часть 2 , глава 48.
2. Закон Российской Федерации от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).
3. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 22.02.99 № 16н «Об утверждении Правил размещения страховщиками страховых резервов»
4. Приказ Росстрахнадзора от 27 ноября 1992 г. № 02-02/5 (с изменениями от 31 октября 1994 г.) «Об утверждении Плана счетов и Инструкции по применению плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности страховых организаций»
5. Приказ Росстрахнадзора от 18 мая 1995 г. № 02-02/13 об утверждении «Положения о страховом пуле».
6. Приказ Росстрахнадзора от 28 июня 1996 г. № 02-02/18 «О методике расчета страховых тарифов по видам страхования, относящимся к страхованию жизни».
7. Письмо Росстрахнадзора от 29 октября 1996 г. № 08/2-80р/16 «О страховых резервах по видам страхования иным, чем страхование жизни».

Дополнительные источники:

8. Александрова Т. Коммерческое страхование: Справочник. М., 1996.
9. Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. Бухгалтерский учет в страховых компаниях. - М.: Инфра-М, 1996.
10. Дубровина Т.А., Сухов В.А., Шеремет А.Д. Аудиторская деятельность в страховании: Учебное пособие/ Под ред. А.Д. Шеремета. - М.: ИНФРА-М, 1997.
11. Ефимов С.Л. Организация работы страховой компании : теория, практика, зарубежный опыт. М., 1993.
12. Ефимов С.Л. Деловая практика страхового агента и брокера. М., 1996.
13. Кагаловская Э.Т. Страховая математика //Финансовая газета. 1997. № 21-23, 25.

14. Коломин Е. Экономика и психология страхования // Финансовая газета. 1997. № 2. С. 10.
15. Организация управления страховой компанией : теория, практика, зарубежный опыт. М., 1995.
16. Перестрахование: Практическое руководство для страховых компаний. М., 1996.
17. Рябкин В.И. Актуарные расчеты. - М.: Финстатинформ, 1996.
18. Страхование от А до Я. Книга для страхователя. - М.: Инфра-М, 1996.
19. Страхование. Ч. 1-8. - М.: Финансы, 1994-1996.
20. Страховое дело: Учебник / Под ред. проф. П.И. Рейтмана М., 1992.
21. Формирование страховых резервов. Бухгалтерский учет, налогообложение. М., 1995.
22. Челухина Н. Страховщики и инвестиции // Финансовая газета. 1997. № 2. С. 5.
23. Шахов В.В. Введение в страхование: экономический аспект. - М.: Финансы и статистика, 1992.
24. Шахов В.В. Страхование: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 1997.
25. Архипов А.П. Андеррайтинг в страховании: теоретический курс и практикум. – Москва: Юнити, 2007.
26. Куликов С.В. Финансовый анализ страховых организаций: учебное пособие. – Новосибирск: Сибирское соглашение; Ростов-н/Д.: Феникс, 2006

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения устных опросов, тестирования, практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
уметь: анализировать основные показатели страхового рынка; выявлять перспективы развития страхового рынка; применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж; формировать стратегию разработки страховых продуктов; составлять стратегический план продаж страховых продуктов; составлять оперативный план продаж; рассчитывать бюджет продаж;	Тема 1.1 Тема 1.1 Тема 2.1 Тема 1.1 Тема 1.1 Тема 2.13 Раздел 2

<p>контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;</p>	Тема 2.13
<p>выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;</p>	Раздел 2
<p>проводить анализ эффективности организационных структур продаж;</p>	Раздел 2
<p>организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;</p>	Раздел 2
<p>определять перспективные каналы продаж;</p>	Раздел 2
<p>анализировать эффективность каждого канала;</p>	П.р. 3,4
<p>определять величину доходов и прибыли канала продаж;</p>	П.р. 14
<p>оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;</p>	П.р.14
<p>рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;</p>	П.р.14
<p>проводить анализ качества каналов продаж;</p>	Раздел 1
<p>знать:</p>	Раздел 1
<p>роль и место розничных продаж в страховой компании;</p>	
<p>содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;</p>	Раздел 1
<p>принципы планирования реализации страховых продуктов;</p>	Раздел 1
<p>нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;</p>	Раздел 2
<p>принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;</p>	Раздел 2
<p>методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его</p>	Раздел 2

развития;	Раздел 2
место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;	Раздел 2
маркетинговые основы розничных продаж;	Раздел 2
методы определения целевых клиентских сегментов;	Раздел 2
основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;	Раздел 2
порядок формирования ценовой стратегии;	Раздел 2
теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;	Раздел 2
виды и формы плана продаж; взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;	Раздел 2
методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;	Раздел 2
организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную;	Раздел 2
слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;	Раздел 2
модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;	Раздел 2
классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;	Раздел 2
каналы розничных продаж в страховой компании;	Раздел 2
факторы выбора каналов	Раздел 2

продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;	Раздел 2
способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;	Раздел 2
соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;	Раздел 2
основные показатели эффективности продаж;	Раздел 2
порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;	Раздел 2
зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;	Раздел 2
коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;	
качественные показатели эффективности каналов продаж	

5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	
Подпись лица внесшего изменения	