



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

ПРИНЯТО

Решением Педагогического совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № 01-01/16 от

01.06.2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «МАНО»



В.И. Гам

ИЮНЬ 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
по профессиональному модулю
ПМ. 02 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ»
для специальности
38.02.02 Страхование (по отраслям)
Квалификация: Специалист страхового дела
Заочная форма обучения

Омск, 2022

Программа практики 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 28.07.2014 г. № 833.

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

Разработчик:

Плотникова Инна Аглемовна, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	стр. 4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	9
3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ	11
5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	12

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ. 02 «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ»

1.1. Место учебной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по специальности СПО 38.02.02 Страхование, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **преподавание по программам начального общего образования.**

1.2. Цель учебной практики

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.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА:

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. Специалист страхового дела (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам 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.

1.3. Количество часов на освоение программы практики

Рабочая программа рассчитана на прохождение студентами практики в объеме 36 часа.

1.4. Требования к базам практики

Практика проводится согласно календарному учебному графику, утвержденному директором колледжа. Практика обучающихся проводится в организациях на основе прямых договоров между колледжем и организацией, в

которую направляются обучающиеся. Направление деятельности организаций должно соответствовать профилю подготовки обучающихся.

Кадровые условия (специальность и квалификация руководителя практики от организации, выполняющей роль базы практики)

Наличие квалифицированного персонала по специальности «Специалист страхового дела», высшее образование.

Требования к оснащению оборудованием

- кабинет, соответствующий санитарно-гигиеническим требованиям;
- персональный компьютер (монитор, звуковые колонки, системный блок, компьютерная мышь);
- комплекты дидактических и раздаточных материалов (книги, схемы).

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование профессионального модуля, МДК, разделов	Содержание практики, виды работ, задания	Объем часов
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)	Задания на учебную практику: 1. Ознакомится с различными методами реализации различных технологий розничных продаж в страховании, в том числе: - технологий агентских продаж; - технологий брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами; - технологий банковских продаж - технологий сетевых посреднических продаж - технологий прямых офисных продаж. - технологий продажи полисов на рабочих местах. - директ-маркетинг как технологию прямых продаж. - технологий телефонных продаж. - технологий интернет-маркетинга в розничных продажах. - технологий персональных продаж в розничном страховании. 2. Ознакомиться с принципами организации финансов страховщика, составом структурой собственных средств страховщика, экономической базой доходов страховщика, динамикой доходов и расходов страховщика, финансовым результатом деятельности страховщика. 3. Ознакомится с порядком определения прибыли от страховой и нестраховой деятельности. Ознакомиться с порядком определения финансовых результатов и публикации отчетных данных страховой организации.	36
Итоговая аттестация	Дифференцированный зачет	
		Всего: 36

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

- дневник практиканта,
- отчет студента о проделанной работе,
- аттестационный лист,
- характеристика руководителя практики от принимающей стороны

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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: организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании; обновлять данные и технологии интернет-магазинов; контролировать эффективность использования интернет-магазина; знать: факторы роста интернет-продаж в страховании; интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж; требования к страховым интернет-продуктам; принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.	Тема 1.1 практическое занятие № 1 Понятие интернет-магазина Тема 1.3 Тема 3.5. Тема 2.4 практическое занятие № 8 Барьеры входа на рынок интернет- страхования Тема 2.2., 2.3, 3.5 практическое занятие № 5 Возможности виртуального офиса Тема 2.3 практическое занятие № 7 Требования к интернет-продуктам. Тема 2.3 практическое занятие № 7 Требования к интернет-продуктам.

Вопросы для контроля в тестах №№ 1,2 по соответствующим темам.

5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

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. Александрова Т. Коммерческое страхование: Справочник. М., 1996.
4. Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. Бухгалтерский учет в страховых компаниях. - М.: Инфра-М, 1996.
5. Дубровина Т.А., Сухов В.А., Шеремет А.Д. Аудиторская деятельность в страховании: Учебное пособие/ Под ред. А.Д. Шеремета. - М.: ИНФРА-М, 1997.
6. Ефимов С.Л. Организация работы страховой компании : теория, практика, зарубежный опыт. М., 1993.
7. Ефимов С.Л. Деловая практика страхового агента и брокера. М., 1996.
8. Коломин Е. Экономика и психология страхования //Финансовая газета. 1997. № 2. С. 10.
9. Организация управления страховой компанией : теория, практика, зарубежный опыт. М., 1995.
10. Ефимов С. Л. Деловая практика страхового агента и брокера - М.: Страховой полис ЮНИТИ, 1996г
11. Страхование от А до Я. Книга для страхователя. - М.: Инфра-М, 1996.

Дополнительная литература:

1. Страхование. Ч. 1-8. - М.: Финансы, 1994-1996.
2. Страховое дело: Учебник / Под ред.проф. П.И.Рейтмана М.,1992.
3. Формирование страховых резервов. Бухгалтерский учет, налогообложение. М., 1995.
4. Шахов В.В. Страхование: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 1997.
5. Куликов С.В. Финансовый анализ страховых организаций: учебное пособие. – Новосибирск: Сибирское соглашение; Ростов-н/Д.: Феникс, 2006
- 6 .Актуальные проблемы развития страховой посреднической деятельности и пути их решения.Алексей Лайков к.э.н., доцент, директор страховой и перестраховочной брокерской компании «РИФАМС» Заместитель Председателя Правления АПСБК
- 7.. *Лайков А.Ю. Необходимость корректировки модели развития отечественного страхования. «Финансы» 2006, № 8, с.29–33.*
8. .Страхование. Автор: Самсонова И.А., редактор: В авторской редакции
9. Галагуза Н.Ф. Страховые посредники. - М.: Учебно-консультационный центр "ЮрИнфоР", 1998. - 208 с.

10. Козлов В.В., Козлова А.А. Управление конфликтом. - М.: Издательство "Экзамен" (серия "Бизнес-тренинг"), 2004. - 224 с.
11. Рыбкин И.В. Психологическая подготовка продавца. - М.: Издательство "Институт общегуманитарных исследований" (серия "Мастер продаж"), 2006. - 160 с.
12. Брюханова А.В., Кушелев Ю.Ф., Перемолотов В.В., Рачкова С.Б.) развитие агентской сети страховой компании. методическое пособие. "Издательский дом "БДЦ-Пресс", 2006
- Н. Ф. Галагуза «Страховые посредники», М. 1998
13. Ефимов С. Л. «Деловая практика страхового агента», М. 1996
14. Крымов А. А. «Практическая психология для страховых агентов», М. 1993