

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»  
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,  
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ 02 ИЗУЧЕНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ  
СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ**

**по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)**

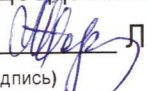
Тюмень 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям), утвержденного приказом Министерства просвещения от 21 июля 2023 года № 555 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 августа 2023 г., регистрационный №74887)

Разработчик: Карпова Марина Владимировна, преподаватель

Рассмотрено и одобрено  
на заседании ПЦК Экономики, управления и коммерции  
Протокол № 10 от 23 мая 2024 г.

Председатель ПЦК

 Л.А.Перцева  
(подпись)

**СОГЛАСОВАНО:**

Заместитель директора  
Тюменского филиала  
САО «ВСК»

А.В.Брикман /  /  
«\_\_\_\_\_» 2024 г.



## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
«ПМ 02 ИЗУЧЕНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ  
ПРОДУКТОВ»**

Профессиональный модуль ПМ.02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

**1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

**1.1.1. Перечень общих компетенций**

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

**1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов
ПК 2.1	Проводить статистические наблюдения в целях выяснения спроса на страховые продукты
ПК 2.2	Проводить анализ предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг

ПК 2.3	Организовывать взаимодействие со страховыми агентами и посредниками
ПК 2.4	Анализировать показатели продаж страховых продуктов

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

Владеть навыками	изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– консультировать респондентов по вопросам, связанным с заполнением отчетных документов;</li> <li>– собирать и хранить первичные опросные документы в соответствии с правилами, обеспечивающими сохранность и конфиденциальность первичных статистических данных;</li> <li>– формировать массивы первичных отчетных документов;</li> <li>– контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей;</li> <li>– анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж;</li> <li>– проводить сравнительный анализ страховых продуктов;</li> <li>– оценивать спрос на страховые услуги;</li> <li>– формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента;</li> <li>– разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам;</li> <li>– выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты;</li> <li>– формировать организационные структуры управления;</li> <li>– принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</li> <li>– осуществлять взаимодействие со страховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации;</li> <li>– осуществлять взаимодействие с нестраховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации;</li> <li>– разрабатывать и реализовывать программы по работе с нестраховыми посредниками;</li> <li>– информировать страховых агентов и посредников о деятельности страховой организации, о страховых продуктах и о правилах страхования;</li> <li>– рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;</li> <li>– рассчитывать размер вознаграждения агентов;</li> <li>– определять размер мотивационного вознаграждения агентов по результатам работы;</li> <li>– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</li> <li>– анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности</li> </ul>

	<p>организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации;</li> <li>– применять методики определения экономической эффективности производства;</li> <li>– использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>– формировать отчеты о продажах страховых продуктов подразделениями страховой организации;</li> <li>– анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации;</li> <li>– анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж;</li> <li>– анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом;</li> <li>– рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные этапы проведения исследования страхового рынка;</li> <li>– нормативные правовые акты и методические документы по проведению анкетирования и интервьюирования в целях сбора первичных статистических и социологических данных;</li> <li>– нормативные правовые акты и методические документы по обеспечению сохранности первичных статистических данных и их конфиденциальности;</li> <li>– нормативные правовые акты и методические документы по обработке и хранению статистических данных;</li> <li>– принципы и технику осуществления статистических и социологических опросов различных групп респондентов;</li> <li>– принципы и технику формирования массивов первичных статистических документов;</li> <li>– методы логического и арифметического контроля качества первичных статистических данных;</li> <li>– методы исследования страхового рынка и модель маркетингового комплекса страховой организации;</li> <li>– конкурентные стратегии страховой организации;</li> <li>– сегментацию страхового рынка и позиционирование клиентов;</li> <li>– процесс разработки страхового продукта;</li> <li>– принципы формирования линейки страховых продуктов;</li> <li>– цель, задачи и содержание страхового менеджмента;</li> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;</li> <li>– внешнюю и внутреннюю сферу страховой организации;</li> <li>– государственное регулирование страхового бизнеса;</li> <li>– основы управления персоналом страховой организации;</li> <li>– структуру и участников страхового бизнеса;</li> <li>– классификацию страховых посредников;</li> <li>– систему показателей оценки эффективности каналов продаж;</li> <li>– принципы взаимодействия страховой организации со страховыми и нестраховыми посредниками;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы построения и управления агентской сетью;</li> <li>– правила делового оборота и корпоративной этики;</li> <li>– методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники;</li> <li>– методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</li> <li>– классификацию методов и приемов, используемых при анализе финансово-хозяйственной деятельности организации;</li> <li>– порядок ведения договорной работы;</li> <li>– систему показателей продаж страховой организации;</li> <li>– понятие сбалансированного страхового портфеля страховой организации;</li> <li>– структуру доходов и расходов страховой организации;</li> <li>– показатели оценки эффективности каналов продаж страховой организации.</li> </ul>
--	--

#### 1.1.4. Ценностные ориентиры, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины

Код ЦО	Дескрипторы
ЦО 6	Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольческом движении, предпринимательской деятельности, экологических, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах)
ЦО 12	Проявляющий уважение к жизни и достоинству каждого человека, свободе мировоззренческого выбора и самоопределения, к представителям различных этнических групп, традиционных религий народов России, их национальному достоинству и религиозным чувствам с учётом соблюдения конституционных прав и свобод всех граждан
ЦО 44	Сознающий свою позицию активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности
ЦО 45	Понимающий и принимающий гуманистические, демократические и традиционные ценности многонационального российского общества с помощью воспитания способности к духовному развитию, нравственному самосовершенствованию, уважительно относящегося к религиозным чувствам, взглядам людей или их отсутствию
ЦО 48	Осознающий приоритетную ценность личности человека, уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

#### 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

#### 1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 323 часа.

Из них на освоение МДК – 223 часов;

на практики, в том числе: производственная – 72 часа.

#### 1.4. Форма промежуточной аттестации: комплексный экзамен

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Объем образовательной программы, час	Объем образовательной программы, час					
			Занятия во взаимодействии с преподавателем, час.					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК, в час.			Практики		
			всего, часов	в т.ч.		Учебная	Производственная	
лабораторные работы и практические занятия, часов	курсовая проект (работа), часов							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.01 Маркетинг страховых продуктов	113	72	20	20			41
ПК 2.2, ПК 2.3 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов	112	74	40				38
ПК 2.2 – ПК 2.4, ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов	98	54	34				44
ПК 2.1 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72						-
	Всего:	323	200					123



## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
<b>МДК. 02.01 Маркетинг страховых продуктов</b>		<b>113</b>
<b>Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины. Базовые понятия маркетинга</b>	<i>Предмет, структурно-логическая схема дисциплины</i>	<b>2</b>
	<i>Понятия: маркетинг, нужда, потребность, спрос, покупка, обмен, сделка</i>	
	<i>Роль маркетинга в коммерческой деятельности предприятия</i>	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	<i>Самостоятельная работа № 1 Написать рабочий конспект на тему: «Основные концепции управления маркетингом: производственная, сбытовая, чистого маркетинга, социально-этического маркетинга»</i>	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>2</b>
<b>Тема 2. Понятие, функции маркетинга в сфере страхования</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Основные аспекты понятия «страховой маркетинг»	
	Функции маркетинга в сфере страхования	
	Особенности маркетинга в сфере страхования	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	<i>Самостоятельная работа № 2 Составить таблицу «Основные концепции маркетинга»</i>	
<b>Тема 3. Маркетинговая среда страховой организации</b>	<i>Самостоятельная работа № 3 Представьте схематично содержание страхового маркетинга.</i>	<b>2</b>
	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Понятие рыночная среда и инфраструктура страхования	
	Типы маркетинговой среды: микро и макросреда	
	Задачи маркетинговой среды, пути реализации задач	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 2</b> Проведение PEST-анализа оценки факторов рыночного участия страховой организации	
<b>Тема 4. Новые направления страхового маркетинга и их эффективность</b>	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	<i>Самостоятельная работа №4 Раскройте содержание рыночной среды. Опишите макросреду и микросреду страховой компании г.Тюмени? Основные этапы процесса оценки рыночной среды для страховой организации</i>	
	<b>Содержание учебного материала</b>	
	Комплексный подход к страховому маркетингу	
	Внедрение новых методов оценки экономической эффективности	
	Анализ и контроль динамики страхового маркетинга; Развитие технологий и коммуникаций, их учет	<b>2</b>

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Рисковый маркетинг и углубленная сегментация; Открытость и качество	2
	Соизмерение затрат на страховой маркетинг с результатами	
	Интернационализация и защита прав потребителей страховых услуг; Психологическая оценка	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №5	
	Написать рабочий конспект на тему «Новые направления страхового маркетинга»	
<b>Тема 5. Маркетинговый комплекс в страховой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Маркетинговый комплекс: страховой продукт, цена, новые каналы и технологии продвижения, изучение и удовлетворение потребностей потенциальных страхователей;	
	Маркетинговый комплекс реализуется через структуры маркетинговой службы организации:	
	Стратегический маркетинг (исследования рынка, потребителей, продуктов ,разработка. новых продуктов)	
	Организационный маркетинг (совершенствование внутренних коммуникации и структуры)	
	Оперативный маркетинг (поддержка продаж)	
	<b>Тематика практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие № 3.</b> Маркетинговый комплекс применительно к конкретному страховому продукту страховой организации.	2
	<b>Практическое занятие №4.</b> Бизнес-процедуры для модели маркетингового комплекса в страховой организации.	2
<b>Тема 6 Планирование страхового маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Цели планирования страхового маркетинга	
	Требования к целям и задачам планирования страхового маркетинга	
	Виды планов в страховом маркетинге: тактическое и стратегическое планирование	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №6 Рассмотреть схему «Модель маркетингового планирования в страховой организации»	
<b>Тема 7 Стратегическое планирования в страховой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Сущность, элементы и назначение стратегического планирования	
	Типы, виды и характеристики маркетинговых стратегий	
	Факторы разработки маркетинговых стратегий	
	Процесс формирования маркетинговой стратегии страховой компании	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №7 Доклад «Маркетинговая стратегия страховой компании»	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<b>Практическое занятие № 5</b> Маркетинговые стратегии ТОП10 страховых организаций. Модели маркетингового планирования в страховой организации.	
	<b>Практическое занятие № 6.</b> Классы маркетинговых стратегий страховой организации. План коммуникации в стратегии маркетинга страховой организации	2
<b>Тема 8 Влияние бюджетирования на маркетинговое планирование</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	Понятие «бюджетирование»	
	Функции бюджетирования	
	Элементы бюджетирования	
	Текущее и тактическое планирование маркетинга в страховой организации	2
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №8 Самостоятельно изучить и раскрыть вопрос «Взаимосвязь и отличие бюджетирования от планирования, плана от бюджета»	2
<b>Тема 9 Маркетинговые исследования рынка страховых услуг</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	Понятие и цель маркетинговых исследований рынка	
	Классификация маркетинговых исследований	
	Области маркетингового исследования: анализ рынка, страховых продуктов, тарифов, спроса, продвижения	
	Основные 6 этапов проведения маркетингового исследования	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №9 Выполнить конспект по нормативно правовым актам и методическим документам по обработке и хранению статистических данных	2
	<b>Тематика практических занятий:</b>	
	<b>Практическое занятие № 7.</b> Составить представление о рынке страховых услуг г. Тюмени. Необходимо найти информацию о страховых организациях (наименование страховой компании, адрес, телефон, сайт, рейтинг надежности страховой компании, размер уставного капитала, количество филиалов, дополнительных офисов, год организации). Составить в виде таблицы.	2
	<b>Практическое занятие № 8</b> Проведения исследования с использованием метода «Глубинного интервью»	2
<b>Тема 10 Виды маркетинговых исследований в страховании</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	
	Методы сбора информации	
	Количественные маркетинговые исследования	
	Методы количественных исследований: опрос, фокус-группа	
	Качественные маркетинговые исследования	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №10 Составьте таблицу «Классификация анкетных опросов»	2
	<b>Тематика практических занятий</b>	2

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<b>Практическое занятие №9</b> Принципы и техники осуществления статистических и социологических опросов различных групп респондентов;	
<b>Тема 11 Сегментирование страхового рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Определение понятия сегментирования	
	Признаки сегментирования	
	Критерии сегментирования	
	Анализ потребностей и предпочтений сегментов	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	Самостоятельная работа №11 Опишите преимущества и недостатки сегментации страхового рынка	
	<b>Тематика практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие №10.</b> Группы страхователей, страховых продуктов и услуг, обладающих определёнными общими признаками	<b>2</b>
<b>Тема 12 Таргетирование и позиционирование</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Модель СТП (сегментирование, таргетирование и позиционирование) Маркетинг-менеджмент по Ф.Котлеру	
	Подходы: массовый маркетинг (стратегия стандартизации), микромаркетинг (стратегия кастомизации)	
	Позиционирование	
	Современные способы сегментации страхователей	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	Самостоятельная работа №12 Раскрыть тему в виде доклада «Определение потребностей потребителей»	
<b>Тема 13 Исследование потребительской мотивации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Прогнозирование вариантов поведения страхователей	
	Сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации.	
	Прогнозирование вариантов поведения страхователей	
	Способы снижения текучести кадров страховой организации	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	Самостоятельная работа №13 Определение потребностей потребителей	
	Заполните таблицу, определив потребности (страховые продукты), их удовлетворяющие, по следующим критериям: возраст, доход, пол, семейный статус)	
<b>Тема 14 Рынок страховых услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Структура рынка, участники рынка страховых услуг	
	Аналитический обзор состояния страхового рынка России	
	Государственное регулирование страхового бизнеса	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	Самостоятельная работа №14 Раскройте цель страхования. Какие задачи необходимо решить для достижения цели страхования? Представьте схематично структуру страхового рынка	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие №11</b> Анализ основных показателей страхового рынка. Анализ по количеству страховых компаний и величине уставного капитала. Тенденции к снижению количества страховых компаний или увеличение и их причины.	
<b>Тема 15 Страховая услуга и страховой продукт с позиции маркетинга</b>	<b>Практическое занятие №12</b> Динамика, структура и индикаторы страхового рынка. Выявление новых страховых рынков	<b>2</b>
	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Страховая услуга – продукт, какие потребности клиента он решает	
	Особенности страховой услуги	
	Направления маркетинга страховых продуктов: структурный (организационный) маркетинг, товарный (рыночный) маркетинг	
	Особенности маркетинга страховых продуктов	
	Классификация страховых продуктов	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>2</b>
	Самостоятельная работа №15 Повторение пройденного материала. Дать ответ на вопрос, какие субъекты страхового рынка выступают в качестве основных партнеров страховщика, изобразите на схеме участников рынка страхования.	
	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
<b>Тема 16 Качество страхового продукта</b>	Потребительская ценность страхового продукта	
	Востребованность риска	
	Технические составляющие качества	
	Качество сервиса.(своевременное, обязательное и справедливое)	
	Высокая потребительская оценка=значительный объем продаж	
	Сущность, система оценочных показателей	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №16 Составить схему «Влияние политики низкого качества продукции на финансовые результаты деятельности страховщика	
	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
<b>Тема 17 Стадии жизненного цикла страховых продуктов</b>	Отличительные черты жизненный цикл страхового продукта, от других товаров или услуг	
	Исследование и проектирование страхового продукта	
	Внедрение страхового продукта на рынок	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Стадия роста, стадия зрелости, стадия спада	<b>2</b>
	Бизнес-характеристики стадий жизненного цикла страхового продукта	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	<i>Самостоятельная работа №17 Выберите любой страховой продукт Тюменской компании и опишите стратегию и тактику его продаж (можно сделать такое описание для страховой компании в целом)</i>	
<b>Тема 18</b> <b>Процесс разработки страхового продукта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Страховой продукт: понятие, структура, свойства	
	Создание нового продукта: цель.	
	Формирование видения: 1) Кто клиент? 2) Что нужно клиенту? 3) Какова текущая ситуация на рынке?	
	4) Анализ конкурентов	
<b>Тема 19</b> <b>Процесс разработки страхового продукта «Защита 360» от Сбербанка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Анализ рынка конкурентов	
	Формирование продуктовых метрик (увеличение сборов и снижение затрат)	
	Глубинные интервью разных сегментов (Н: у кого 1 полис, 2 полиса, нет полисов)	
	Учет мировых трендов (Н: создание комплексного продукта)	
	Исследование прототипа с клиентами	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	<i>Самостоятельная работа №18 Составление презентации по разработке и представлению нового страхового продукта.</i>	<b>2</b>
	<b>Тематика практических занятий</b>	
	<i>Практическое занятие № 13 Анализ Кейса создания нового страхового продукта «Защита 360» комп. Сбербанк.</i>	<b>2</b>
<b>Тема 20</b> <b>Организационный маркетинг в страховом предпринимательстве</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Место организационного маркетинга в общей структуре страхового маркетинга	
	Варианты организационной структуры службы маркетинга в страховых организациях.	
	Права, принципы построения и информационные потребности маркетологов	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
<b>Тема 21</b> <b>Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной компании</b>	Самостоятельная работа №19 Отрадите на схеме взаимосвязь страхового маркетинга и страхового менеджмента в производственно-хозяйственной организации-страховщика (схема прилагается)	<b>2</b>
	<b>Содержание учебного материала</b>	
	Понятие клиентоориентированной страховой компании и клиентоориентированного подхода	
	Признаки клиентоориентированности страховой компании в маркетинге.	
	Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в страховой компании.	
	Формирование сегмента лояльных клиентов и внедрение программ лояльности (этапы формирования)	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Понятие лояльных клиентов.	3
	Виды (материальные, нематериальные, сегментированные, несегментированные) и требования к их формированию	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №20 Доклад «Развитие страховой культуры в российском обществе»	2
	<b>Тематика практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие № 14</b> Разработка системы маркетинговых подходов в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж	
<b>Тема 22 Маркетинговые коммуникации в страховом предпринимательстве</b>	<b>Практическое занятие № 15</b> Приемы управления репутацией страховой компании	2
	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Внешние коммуникации	
	Внутренние коммуникации	
	Единая стратегия коммуникаций	
	Инструменты маркетинговых коммуникаций	
<b>Тема 23 Продвижение страховых продуктов средствами маркетинга</b>	Основные средства коммуникации маркетинг-микса и их характеристики	
	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Реклама. Виды рекламы для маркетинга страховых услуг	
	PR и связи с общественностью	
	Выставки	
	Стимулирование сбыта	
<b>МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов</b>		<b>112</b>
<b>Тема 1 Основы страхового предпринимательства</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Сущность страхового предпринимательства	
	Связь менеджмента с предпринимательством	
	Управление и планирование продаж	
	Участники страховых отношений	
	Роль участников в продвижении страховых продуктов и услуг	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №1 Доклад «Место сферы страхования в экономике РФ»	
<b>Тема 2 Бизнес-процессы в страховом предпринимательстве.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Нормативные требования к продаже страховых услуг.	
	Последовательность основные бизнес процессы страхования включают:	
	Страховой маркетинг	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Формирование страховых услуг	
	Продажа страховых услуг	
	Андеррайтинг (анализ предложенного для страхования риска)	
	Служба внутреннего контроля	
	Сопровождение договора страхования	
	Служба внутреннего контроля	
	Урегулирование страховых убытков	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №2 Раскройте объекты и предметы маркетинговых исследований в страховом предпринимательстве	2
<b>Тема 3 Внутренняя система и внешнее окружение страхового рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Внутренняя система страхового рынка (страховые продукты, система организации продаж и формирование спроса, гибкая систем тарифов, инфраструктура страховщика, ресурсы и т.д)	
	Внешнее окружение страхового рынка (рыночный спрос; конкуренция, ноу-хау страховых услуг и тому подобное, инфраструктура страхового рынка, кадры, образование)	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №3 Изучить сайт компании «Независимое Российское Рейтинговое Агентство» ga-national.ru, сделать конспект, охарактеризовать его деятельность и чем она может быть полезна при изучении рынка страхования	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие №1.</b> SWOT-анализ страховой организации.	
	<b>Практическое занятие №2.</b> Методика и оценка результатов страхового предпринимательства. Конкурентоспособность страховой организации	2
<b>Тема 4 Конкурентная стратегия страховых организаций</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Исследование конкурентной среды (рейтинговые классы)	
	Внутриотраслевая конкуренция (предметная и видовая)	
	Межотраслевая конкуренция	
	Абсолютные и относительные показатели уровня конкуренции	
	Инновационная деятельность страховых, как метод конкурентного преимущества	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №4 Собрать данные о страховых компаниях, лидеров Топ 10 по страховым премиям	
<b>Тема 5 Ценообразование в страховании</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Факторы, влияющие на ценообразование	
	Задачи ценообразования	



Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Основные методы ценообразования в страховании	2
	Роль актуариев в ценообразовании страховых продуктов	
	Методы регулирования ценообразования	
	Тенденции и вызовы в ценообразовании в страховании	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №5 Приведите примеры ценообразования в различных видах страхования	
<b>Тема 6 Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Сущность и виды цен в страховании.	
	Функции цены в страховании.	
	Тарифная политика (научный подход к формированию цен)	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №6 Повторение пройденного материала, изучение доп. информации написание опорных конспектов	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 3.</b> Влияние различных ценовых и прочих факторов качества страховой продукции на её сбыт.	
<b>Тема 7 Модели ценообразования</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Этапы ценообразования в страховом бизнесе.	
	Методика расчета тарифных ставок по рисковым видам страхования	
	Страховые тарифы	
	Регулирование страховых тарифов.	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №7 Проработайте тему, используя дополнительные материалы.	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 4.</b> Страховые риски. Расчёт страховых тарифов.	
<b>Тема 8 Каналы продаж в страховом предпринимательстве</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Понятие «Канал продаж» в страховании	
	Классификация каналов продаж страховых продуктов	
	Ключевые показатели, успешности работы канала продаж страховщика	
	Управление продажами	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №8 Дать письменный ответ: как изменилась система продаж за последние 5-7 лет	
<b>Тема 9 Понятие и структура</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Понятие и структура систем продаж в страховом предпринимательстве.	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
<b>систем продаж в страховом предпринимательстве</b>	Участники системы продаж	
	Каналы распределения продажи страховых продуктов	
	Аналитический обзор, % прибыльности разных каналов продаж в РФ за прошлый год	
	Тренды влияющие на трансформацию каналов продаж	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №9 Привести примеры построение каналов продаж нескольких российских компаний	2
<b>Тема 10 Каналы продаж. Агентские сети страховых организаций</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Модели построения агентских сетей (в зависимости от сегмента: корпоративный/розничный)	
	1.Централизованная, 2.Децентрализованная	
	По структуре: модель простого агентства, модель генерального агентства, модель сетевого агентства	
	Требования к агентам	
	Внимание к сервису, обучение и стимулирование агентов, управление и контроль построения агентской сети	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа № 10 Рассмотреть работу агентской сети на примере реальной компании, составить схему	2
<b>Тема 11 Прямые продажи, или директ- маркетинг страховых услуг</b>	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 5.</b> Сегментация рынка и определение потенциальных клиентов.	
	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Анализ возможных методов поиска потенциальных покупателей	
	Умение устанавливать в короткое время хороший личный контакт с потенциальным покупателем	
	Владение технологией продажи и убеждения, снятия возражений	
	Знание всех аспектов техники продажи продаваемого товара	
	Знание особенности самого товара, его маркетинговых преимуществ;	
	самостоятельный и активный менеджмент	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 6.</b> Основы организации продажи страховых продуктов на точке продажи	
<b>Тема 12 Роль страхового брокера как посредника на страховом рынке</b>	Описать технологию продаж полисов на рабочих местах. Объяснить факторы, влияющие на размер агентского вознаграждения. Ответить на вопрос: какие стимулирующие мероприятия для повышения агентских (или посреднических) продаж применяют страховые компании. Описать модели выплат комиссионного вознаграждения.	2
	<b>Содержание учебного материала</b>	
	Сущность, функции и роль страхового брокера	
	Отличие страхового агента от брокера:	
	Заклучение договора с клиентом	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	Выбор страховых программ согласно запросам клиента (анализ условий от нескольких страховых)	
	Стоимость услуг (входит в стоимость полюса)	
	Надежность и безопасность (реестр брокеров)	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа № 11-12. Проанализировать посреднические продажи страховой компании. 1.Описать способы привлечения брокеров.2.Перечислить, что составляет нормативную базу страховой компании по работе с брокерами.3.Дать понятие банковского страхования.	4
<b>Тема 13 Технология персональных продаж</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Проработка этапов продаж: Установление контакта	
	Выявление потребностей	
	Презентация страхового продукта	
	Преодоление возражений	
	Завершение сделки	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 7.</b> Эффективная модель взаимосвязи каналов распространения страховых продуктов страховой организации. Каналы распределения для массовых страховых продуктов страховой организации.	
	<b>Практическое занятие №8.</b> Индексы активности банковского канала в страховании	2
<b>Тема 14 Управление продажами страховых услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Сущность и принципы управления продажами страховых услуг	
	Последовательные этапы сбыта страховых услуг	
	Характеристика целевых клиентских сегментов. Особенности процесса размещения страховых услуг различным категориям потребителей	
	Организация партнерского размещения страховых услуг	
	Комплексный характер продаж страховых продуктов	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 9.</b> Системы сбыта применительно к основным клиентским группам: определение наиболее эффективных	
<b>Тема 15 Технологии продвижения страховых услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Бенчмаркинг как технология изучения и применения комплексных страховых решений (вид исследования)	
	Цель использования бенчмаркетинга	
	Этапы изменения понимания и отношения страховой организации к качеству:	
	Инспекция, усиление контроля, усиление контроля, страховая организация - как единый механизм	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 10.</b> Преимущества и недостатки страховой организации перед конкурентами. Источники информации для бенчмаркинг-анализа	
<b>Тема 16</b> <b>Мерчендайзинг, как направление продвижения страховых услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Мерчендайзинг как эффективной технологии увеличения прибыли в страховых организациях	
	Направления и задачи мерчендайзинга производителя-страховщика, страхового агента и потребителя	
	Этапы внедрения мерчендайзинга в страховые организации	
	Варианты организации мерчендайзинга в страховых организациях	
<b>Тема 17</b> <b>Интернет-маркетинг в страховом предпринимательстве</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Основные отличия системы коммуникаций на интернет-рынке и на традиционном рынке	
	Увеличение роста продаж и коммуникации с потребителями с помощью интернет-каналов	
	Индивидуализация целевого обращения к пользователю (Top and voice)	
	Создание автоматизированных воронок продаж	
	Возможность собрать более детальные данные о пользователе и использовать для таргетинга	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>4</b>
	Самостоятельная работа №13-14 Изучение и анализ работы Интернет – магазина страховой компании, определение места Интернет-продаж в общем плане продаж страховой компании.	
<b>Тема 18</b> <b>Брэнддинг, как процесс комплексного управления страховыми услугами</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Сущность, понятие и процесс создания бренда страховых услуг	
	Управление брендом в страховом предпринимательстве	
	Использование суб-бренда в страховом предпринимательстве	
	Event-маркетинг и технология его использования.	
<b>Тема 19</b> <b>Продажа страховых продуктов сетевым методом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Сетевой маркетинг является видом прямых продаж (относиться к разносным видам продаж)	
	Структурные составляющие элементы - независимые дистрибьюторы	
	Система вознаграждений организована по принципу: личные продажи и рекрутинг новых дистрибьюторов	
	Недостатки и преимущества сетевого метода продаж	
	Роль мотивации со стороны дистрибьютора в системе прямых продаж	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>4</b>
	Самостоятельная работа №15-16 Проанализировать продажу страховых продуктов по каналам продаж. 1. Описать сетевых посредников (автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы и пр). 2. Дать анализ эффективности деятельности сетевых посредников исходя из объемов выполнения плана продаж по каждому каналу. 3. Объяснить порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников. 4. Построить диаграмму	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<i>продаж страховых продуктов по каналам. Данные привести в процентном соотношении.</i>	
<b>Тема 20</b> <b>Классификация технологий продаж</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	По уровню автоматизации: вручную с использованием бумажных справочников, автоматизированные с участием продавца, полностью автоматизированные	
	По каналам продаж: технологии прямых продаж технологии посреднических продаж	
	По продукту: моно, мульти, кросс-продажи	
	По отношению к договору страхования: технология новых продаж, пролонгация старых	
	<b>Тематика курсовых проектов</b> 1. Розничные продажи в страховой компании 2. Процесс продаж в страховой компании 3. Планирование продаж страховых продуктов в страховой компании 4. Планирование продаж страховых продуктов (по имущественным видам страхования) 5. Планирование продаж страховых продуктов (по личным видам страхования) 6. Клиентоориентированная модель розничных продаж в страховании 7. Анализ основных показателей страховой компании в области продаж страховых продуктов 8. Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж 9. Стратегический план продаж страховых продуктов 10. Оперативный план продаж страховых продуктов 11. Различные каналы продаж страховых продуктов 12. Ценовая стратегия в области розничных продаж страховой компании с точки зрения маркетинга 13. Маркетинговая стратегия развития сбытовой сети розничных продаж в страховой компании 14. Классификация технологий продаж в розничном страховании: по продукту 15. Классификация технологий продаж в розничном страховании: по уровню автоматизации 16. Коэффициент рентабельности канала продаж 17. Методики рейтинговой оценки страховых компаний 18. Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, смешанная 19. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж страховых продуктов 20. Классификация технологий продаж в розничном страховании: по отношению к договору страхования 21. Интернет-продажи страховых продуктов	<b>20</b>
<b>МДК 02.03 Планирование и анализ продаж страховых продуктов</b>		<b>98</b>
<b>Тема 1</b> <b>Финансовый маркетинг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Сущность Финансового маркетинга – как функции управления	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
<b>как функция финансового менеджмента</b>	Цель финансового маркетинга	
	Концепции финансового маркетинга	
	Функции финансового маркетинга	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №1 Опишите подробно, как вы понимаете «Концепцию финансового маркетинга»	2
<b>Тема 2 Формирование финансовой стратегии страховщика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Финансовая стратегия – это генеральный план действий включающий: - планирование, учет, анализ и контроль финансового состояния; оптимизация основных активов и пассивов распределение прибыли	
	Формирование и реализация финансовой стратегии	
	Финансовая стратегия – часть общей стратегии развития бизнеса	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	6
	Самостоятельная работа №2 Проведите анализ страховых организаций по федеральным округам России, сделайте выводы	
<b>Тема 3 Финансовое планирование в страховании</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Финансовый план-основополагающий документ, определяющий (кто, когда и где будет участвовать в разработке и реализации конкретной финансовой услуги и кто будет ее покупать)	
	Виды и формы планов. Методы планирования. Нормативы и процедуры планирования	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	6
	Самостоятельная работа №3 Составьте индивидуальный план продаж продуктов страхования жизни с использованием эталона	
<b>Тема 4 Финансовый анализ и система ключевых финансовых показателей страховщика</b>	<b>Практическое занятие № 1.</b> Плановые показатели продаж страховой организации в разрезе видов страхования и каналов продаж.	2
	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Суть финансового анализа, оценка достижения цели и основа для принятия решения о новом этапе планирования или корректировки исполняемого плана.	
	Методы финансового анализа: структурный, факторный, маржинальный (анализ безубыточности), анализ отклонений	
	Финансовые показатели: величина уставного капитала, собственные средства, величина поступивших страховых взносов и страховых выплат, объем прибыли	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	2
	Самостоятельная работа №4 Написать конспект по описанию сути методов финансового анализа	
	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие №2.</b> Планирование основных финансовых показателей страховой деятельности филиала страховой организации, страхового агентства. Бюджет доходов и расходов страховщика.	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<b>Практическое занятие №3.</b> Составление персонального плана продаж представителя страховой организации.	<b>2</b>
<b>Тема 5 Бюджетирование страховой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Бюджетирование – как технология финансового планирования, понятие «бюджет»	
	7 Этапов бюджетирования	
	Дискретный бюджет, скользящий бюджет, приростный исторический бюджет, бюджет с нуля	
	Основные бюджетные формы: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогноз баланса	
	Типичные ошибки бюджетирования и способы их устранения	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>6</b>
	Самостоятельная работа №5 Разработать стратегический план страховой компании	
<b>Тема 6 Основы анализа продаж страховой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Основные понятия и содержание анализа продаж в области страхования	
	а) Личный план продаж страхового агента	
	б) Общий план продаж по группе страховых агентов	
	Выполнение заданий по составлению оперативных планов продаж в страховании:	
	Показатели нормативного метода планирования продаж а) корпоративные продажи;	
	б) количество продаж на сотрудника; в) количество продаж на агента;	
	г) количество продаж на агентство; д) количество продаж на филиал; е) средняя цена полиса;	
	ж) объем продаж на сотрудника; з) объем продаж на агента; и) объем продаж на агентство;	
	к) объем продаж на филиал; л) общий объем продаж.	
	Выполнение задания по анализу показателей бюджета продаж страховой организации	<b>4</b>
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	Самостоятельная работа №6 Совершенствование системы контроля за деятельностью страховых организаций со стороны Банка России	
<b>Тема 7 Анализ показателей продаж</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Анализ заключённых договоров страхования	
	Анализ показателей продаж	
	Анализ причин невыполнения плана продаж	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	<b>4</b>
	Самостоятельная работа №7 Разработка системы показателей и мер по контролю выполнения плана продаж.	
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие №4.</b> Анализ выполнения плана продаж в разрезе видов страхования.	
<b>Тема 8 Анализ эффективности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>
	Система продаж (совокупность оргструктур, сбытовых сетей, каналов и технологий продаж),	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
<b>организационных структур розничных продаж страховой компании</b>	Организационная структура продаж (совокупность подразделений продаж страховой компании и органов управления) :а) продуктовая, б) клиентская, в) канальная, г) смешанная.	
	Понятие и содержание продакт- менеджмента	
	Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	<i>Самостоятельная работа №8 Определите изменения продаж по продуктам розничного страхования, самостоятельно заполнив показатели фактического и планируемого период (Таблица: вид продукта, ед. измерения, фактических продажи, план, отклонение, динамика)</i>	4
<b>Тема 9 Анализ эффективности каналов продаж в страховой компании</b>	<b>Тематика практических занятий</b>	2
	<b>Практическое занятие № 5.</b> Анализ выполнения плана продаж в разрезе каналов продаж и отдельных продавцов	
	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Система продаж в конкретной страховой компании, анализ показателей продаж каждого канала	
	Состав доходов и расходов по каждому каналу продаж.	
	Ключевые показатели эффективности системы продаж конкретного канала	
	Расчёт производительность и эффективность работы страховых агентов	4
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	
	<i>Самостоятельная работа №9 Отрадите виды страховых продуктов, которые Вы будете предлагать следующим целевым группам клиентских сегментов: VIP-клиенты Среднедушевой доход более 2000 долларов в месяц, Средний сегмент Среднедушевой доход от 1000 долларов до 2000 долларов в месяц Нижний массовый сегмент(нежелательный) Среднедушевой доход менее 1000 долларов в месяц</i>	
	<b>Практическое занятие № 6.</b> Анализ показателей пролонгации договоров страхования и развития нового страхового портфеля	2
<b>Тема 10 Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2
	Коэффициент рентабельности канала продаж	
	Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж	
	Определение степени влияния	
	<b>Самостоятельная учебная работа</b>	6
	Самостоятельная работа №10 Повышение эффективности страховой деятельности страховой организации	
	Производственная практика Виды работ:	72



Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 02 «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»</b>		
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых обследований;</li> <li>2. контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей;</li> <li>3. анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж;</li> <li>4. проводить сравнительный анализ страховых продуктов</li> <li>5. формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента;</li> <li>6. разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам;</li> <li>7. выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты;</li> <li>8. осуществлять взаимодействие со страховыми и нестраховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации;</li> <li>9. рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;</li> <li>10. рассчитывать размер вознаграждения агентов;</li> <li>11. рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации;</li> <li>12. анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации;</li> <li>13. анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж;</li> <li>14. анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом;</li> <li>15. рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж.</li> </ol>	
<b>ИТОГ</b>		<b>323</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Лаборатория «Офис страховой организации», оснащенная оборудованием: стол компьютерный, приставка к столу, стол преподавательский, кресло компьютерное, шкаф для документов, доска магнитно- меловая, стеллаж, моноблок, проектор, доска интерактивная доска, флипчарт, огнетушитель; техническими средствами обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа проектор, телевизор.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Архипов, А. П. Страховой менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 305 с. – ISBN 978-5-534-15617-1. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/509210>

2. Архипов, А. П. Финансовый менеджмент страховых организаций: учебник для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. – 2-е изд., перераб.и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 361 с. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/509211>

3. Бабурина, Н. А. Страховое дело. Страховой рынок России: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Бабурина, М. В. Мазаева. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 128 с. – ISBN 978-5-534-15618-8. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/492343>

4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 342 с. – ISBN 978-5-534-03924-5. – Текст: электронный // URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

5. Хоминич И.П. Организация страхового дела: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ под редакцией И. П. Хоминич, Е. В. Дик. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 230 с. – ISBN 978-5- 534-01041-1. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/489913>

##### **3.2.2. Дополнительные печатные и электронные источники**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022)). – Текст: электронный – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027).

2. Закон РФ от 27 ноября 1992 г. N 4015-I «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). – Текст: электронный – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1307](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307).

3. Страхование: учебник для вузов / Л. А. Орланюк-Малицкая [и др.]; под редакцией Л. А. Орланюк-Малицкой, С. Ю. Яновой. – 4-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 481 с. – ISBN 978- 5-534-12272-5. – Текст: электронный // URL: <https://urait.ru/bcode/476432>

4. Периодические издания (газеты и журналы): «Страховое дело», «Экономика и жизнь», «Финансовая газета», «Русский полис», «Страховое право», «Финансовый менеджмент».

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач при изучении страхового рынка и организации продаж страховых продуктов. Точность, правильность и полнота выполнения профессиональных задач.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Оперативность поиска, результативность анализа и интерпретации информации и ее использование для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Широта использования различных источников информации, включая электронные в части изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации в части изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов.	Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике. Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных

	<p>Демонстрация способности к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.</p> <p>Демонстрация умения презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.</p> <p>Демонстрация знаний порядка выстраивания презентации страховых продуктов.</p>	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>Демонстрация стремления к сотрудничеству и коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения в части изучения страхового рынка и организация продаж страховых продуктов.</p>	<p>Оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.</p>
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>Демонстрация навыков грамотно излагать свои мысли и оформлять документацию на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста в части изучения страхового рынка и организация продаж страховых продуктов.</p>	<p>Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
<p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; составлять документацию, относящуюся к процессам профессиональной деятельности на государственном и иностранном языках в части изучения страхового рынка и организация продаж страховых продуктов.</p>	<p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>

	продуктов.	
ПК 2.1 Проводить статистические наблюдения в целях выяснения спроса на страховые продукты	Демонстрация профессиональных знаний и умений при проведении статистических наблюдений в целях выяснения спроса на страховые продукты: правильное определение цели, задач статистических наблюдений, а также объекта и субъектов, направления статистических наблюдений для изучения уровня потенциальной востребованности страховых продуктов.	Экспертное наблюдение: оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике. Экзамен по профессиональному модулю, оценка выполнения контрольных работ, тестирования, домашнего задания; оценка результатов выполнения практической работы; оценка хода решения заданий, содержащихся в практических работах; оценка заданий, выполненных в ходе промежуточной аттестации; оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.2 Проводить анализ предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг	Демонстрация профессиональных знаний и умений при проведении анализа предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг для эффективного маркетинга страховых продуктов, правильной организации продаж страховых продуктов, а также качественного и своевременного анализа продаж страховых продуктов.	Экспертное наблюдение: оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике. Экзамен по профессиональному модулю, оценка выполнения контрольных работ, тестирования, домашнего задания; оценка результатов выполнения практической работы; оценка хода решения заданий,

		<p>содержащихся в практических работах;</p> <p>оценка заданий, выполненных в ходе промежуточной аттестации;</p> <p>оценка отчета по производственной практике.</p>
<p>ПК 2.3 Организовывать взаимодействие со страховыми агентами и посредникам</p>	<p>Демонстрация профессиональных знаний и умений при организации взаимодействия со страховыми агентами и посредникам для эффективной и правильной организации продаж страховых продуктов, а также качественного и своевременного планирования и анализа продаж страховых продуктов.</p>	<p>Экспертное наблюдение: оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю, оценка выполнения контрольных работ, тестирования, домашнего задания;</p> <p>оценка результатов выполнения практической работы;</p> <p>оценка хода решения заданий, содержащихся в практических работах;</p> <p>оценка заданий, выполненных в ходе промежуточной аттестации;</p> <p>оценка отчета по производственной практике.</p>
<p>ПК 2.4 Анализировать показатели продаж страховых продуктов</p>	<p>Демонстрация профессиональных знаний и умений при анализе показателей продаж страховых продуктов для эффективного маркетинга страховых продуктов с целью планирования продаж страховых продуктов, а также анализа продаж страховых продуктов для определения направлений для дальнейшего развития продаж страховых продуктов.</p>	<p>Экспертное наблюдение: оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю, оценка выполнения контрольных работ,</p>

		<p>тестирования, домашнего задания;</p> <p>оценка результатов выполнения практической работы;</p> <p>оценка хода решения заданий, содержащихся в практических работах;</p> <p>оценка заданий, выполненных в ходе промежуточной аттестации;</p> <p>оценка отчета по производственной практике.</p>
--	--	---

