

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

Приложение № \_\_\_  
к ОП СПО по специальности  
38.02.02 Страхование делю (по отраслям)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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


по специальности 38.02.02 Страхование делю (по отраслям)

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям), утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023г., № 555 (ред. от 01.09.2026г.), зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 августа 2023г., № 74887.

Разработчики: Порядина И.В., кандидат экономических наук, преподаватель первой квалификационной категории

Рассмотрено и одобрено  
на заседании ПЦК Экономики, управления и коммерции  
Протокол № 10 от 21.05.2026г.

Председатель ПЦК

 И.В. Нагорнова

подпись

СОГЛАСОВАНО

директор

(должность)

СПАО «Ингосстрах», филиал в Тюменской области

(орган(а)с(я)предприятия)

/С.Н. Семиков

"21" мая 2026 г.

№ 003.779

В Тюменской  
области



## СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

### 1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности ПМ 02. «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	проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых исследований; консультировать респондентов по вопросам, связанным с заполнением отчетных документов; собирать и хранить первичные опросные документы в соответствии с правилами, обеспечивающими сохранность и конфиденциальность первичных статистических данных; формировать массивы первичных отчетных документов; контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей; анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж; проводить сравнительный анализ страховых продуктов; оценивать спрос на страховые услуги; формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента; разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам; выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты; формировать организационные структуры управления; принимать эффективные решения, используя систему методов управления; осуществлять взаимодействие со страховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации; осуществлять взаимодействие с нестраховыми посредниками по

	<p>реализации страховых продуктов страховой организации; разрабатывать и реализовывать программы по работе с нестраховыми посредниками; информировать страховых агентов и посредников о деятельности страховой организации, о страховых продуктах и о правилах страхования; рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов; рассчитывать размер вознаграждения агентов; определять размер мотивационного вознаграждения агентов по результатам работы; собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации; применять методики определения экономической эффективности производства; использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии; формировать отчеты о продажах страховых продуктов подразделениями страховой организации; анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации; анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж; анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом; рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж.</p>
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</li> </ul>

	<p>нестраховыми посредниками;</p> <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>
--	--

### 1.2. Целевые ориентиры , формируемые в процессе освоения модуля

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.

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

Всего часов - 250  
в том числе в форме практической подготовки -124

из них на освоение МДК - 172  
в том числе самостоятельная работа -12  
практики, в том числе учебная - 36  
производственная - 36

Промежуточная аттестация -18

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2.1. Структура профессионального модуля**

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической, лабораторной	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.01 Маркетинг страховых продуктов	68	20	52	20			6		
ПК 2.2, ПК 2.3 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов	68	20	60	20		6			
ПК 2.2 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.03 Анализ страховых продуктов	46	12	32	12		6	6		
ПК 2.1 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 07, ОК 09	Учебная практика	36	36	36	36				36	
ПК 2.1 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 07, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	36	36	36	36					36
	Экзамен по модулю	6						6		
	<b>Всего:</b>	<b>260</b>	<b>124</b>	<b>144</b>	<b>124</b>		<b>12</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

7

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.
<b>ПМ 02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов</b>		<b>260</b>
<b>МДК. 02.01 Маркетинг страховых продуктов</b>		<b>68</b>
<b>Тема 1. Основные понятия и сущность страхового маркетинга</b>	<b>Содержание</b> Понятие, функции, новые направления маркетинга в сфере страхования	2
<b>Тема 2. Концепции страхового маркетинга</b>	<b>Содержание</b> Концепции и этапы развития страхового маркетинга. Маркетинговая среда страховой организации	2
<b>Тема 3. Маркетинговый комплекс в страховой организации.</b>	<b>Содержание</b> Новые направления страхового маркетинга и их эффективность	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 1. Маркетинговый комплекс применительно к конкретному страховому продукту страховой организации.	2
	Практическое занятие 2. Бизнес-процедуры для модели маркетингового комплекса в страховой организации.	2
<b>Тема 4. Планирование страхового маркетинга</b>	<b>Содержание</b> Цели, задачи, виды планов в страховом маркетинге	2
<b>Тема 5. Стратегического планирования в страховой организации</b>	<b>Содержание</b> Сущность, элементы и назначение стратегического планирования в страховой организации. Сущность и характеристика маркетинговых стратегий	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 3. Маркетинговые стратегии ТОП10 страховых организаций. Модели маркетингового планирования в страховой организации.	2
	Практическое занятие 4. Классы маркетинговых стратегий страховой организации. План коммуникация в стратегии маркетинга страховой организации.	2
	<b>Тема 6. Текущее и</b>	<b>Содержание</b>

8

Тактическое планирование маркетинга в страховой организации	Влияние бюджетирования на маркетинговое планирование. Текущее и тактическое планирование маркетинга в страховой организации	2
Тема 7. Виды маркетинговых исследований	<b>Содержание</b> Виды маркетинговых исследований в страховании и порядок их проведения	2
Тема 8. Количественные и качественные маркетинговые исследования	<b>Содержание</b> Количественные и качественные маркетинговые исследования	2
Тема 9. Сегментирование страхового рынка и позиционирование клиента	<b>Содержание</b> Сегментирование страхового рынка и позиционирование клиента. Исследование потребительского поведения на страховом рынке	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 6. Группы страхователей, страховых продуктов и услуг, обладающих определёнными общими признаками.	2
Тема 10. Сбор и анализ информации при проведении маркетинговых исследований	<b>Содержание</b> Сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации. Прогнозирование вариантов поведения страхователей и способы снижения текучести кадров страховой организации	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 6. План выборки для сбора первичной маркетинговой информации. Информация для исследования потребительской мотивации в личном/имущественном страховании.	2
Тема 11. Особенности разработки страхового продукта	<b>Содержание</b> Рынок страховых услуг: структура и виды страхования	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 7. Динамика, структура и индикаторы страхового рынка. Выявление новых страховых рынков	2
Тема 11. Рынок страховых услуг: структура	<b>Содержание</b> Рынок страховых услуг: структура и виды страхования	2
Тема 12. Качество страховой продукции	<b>Содержание</b> Качество страховой продукции: сущность, система оценочных показателей. Стадии жизненного цикла страховых продуктов	2
Тема 13. Процесс разработки нового и модернизация действующего страхового продукта	<b>Содержание</b> Алгоритм процесса разработки нового и модернизация действующего страхового продукта	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 8. Постановка разработки нового страхового продукта.	2

9

Тема 14. Цифровые технологии в продвижении страховых продуктов	<b>Содержание</b> Цифровые технологии в продвижении страховых продуктов. Цифровой маркетинг	2
Тема 15. Место организационного маркетинга в общей структуре страхового маркетинга	<b>Содержание</b> Место организационного маркетинга в общей структуре страхового маркетинга	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 9. Конъюнктура страхового рынка (региональный аспект): анализ и прогнозирование.	2
Тема 16 Структура службы маркетинга в страховых организациях	<b>Содержание</b> Варианты организационной структуры службы маркетинга в страховых организациях. Права, принципы построения и информационные потребности маркетологов	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 10. Маркетинговые системы поддержки принятия решений в страховой организации	2
Консультация		2
Промежуточная аттестация экзамен		6
<b>МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов</b>		<b>68</b>
Тема 1. Нормативные требования к продаже страховых услуг.	<b>Содержание</b> Бизнес-процессы в страховом предпринимательстве. Нормативные требования к продаже страховых услуг.	2
Тема 2. Основы страхового бизнеса	<b>Содержание</b> Сущность страхового предпринимательства, связь со страховым менеджментом. Участники страховых отношений и их роль в продвижении страховых продуктов и услуг.	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 1. SWOT-анализ страховой организации.	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Развитие рынка электронного страхования	2
Тема 3. Конкурентоспособность страховой организации	<b>Содержание</b> Внутренняя система и внешнее окружение страхового рынка. Конкурентная стратегия страховых организаций	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 2. Методика и оценка результатов страхового предпринимательства. Показатели конкурентоспособности страховой организации	2
Тема 4. Основы ценообразования в	<b>Содержание</b> Сущность и виды цен в страховании. Функции цены в страховании.	2

10

страховании		
<b>Тема 5. Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе</b>	<b>Содержание</b>	
	Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе	2
<b>Тема 6. Модели ценообразования на страховые продукты</b>	<b>Содержание</b>	
	Модели ценообразования на страховые продукты. Этапы ценообразования в страховом бизнесе	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 3.</b> Влияние различных ценовых и прочих факторов качества страховой продукции на её сбыт.	2
<b>Тема 7. Регулирование страховых тарифов</b>	<b>Содержание</b>	
	Регулирование страховых тарифов. Тарифная политика страховых организаций.	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 4.</b> Страховые риски. Расчёт страховых тарифов.	2
<b>Тема 8. Системы продаж в страховом бизнесе</b>	<b>Содержание</b>	
	Понятие и структура систем продаж в страховом предпринимательстве	2
<b>Тема 9. Каналы продаж в страховом бизнесе</b>	<b>Содержание</b>	
	Каналы продаж в страховом предпринимательстве. Классификация страховых посредников.	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 5.</b> Эффективная модель взаимосвязи каналов распространения страховых продуктов страховой организации. Каналы распределения для массовых страховых продуктов страховой организации.	2
	<b>Самостоятельная работа</b>	
	Организация и технология эффективных комплексных продаж страховых продуктов	4
<b>Тема 10. Агентские сети страховых организаций</b>	<b>Содержание</b>	
	Агентские сети страховых организаций	2
<b>Тема 11. Роль страхового брокера как посредника на страховом рынке</b>	<b>Содержание</b>	
	Сущность, функции и роль страхового брокера как посредника на страховом рынке	2
<b>Тема 12. Прямые продажи страховых услуг</b>	<b>Содержание</b>	
	Прямые продажи, или директ-маркетинг страховых услуг	2
<b>Тема 13. Комплексный характер продаж страховых продуктов</b>	<b>Содержание</b>	
	Комплексный (пакетный) характер продаж страховых продуктов. Роль банков в организации продаж страховых услуг	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 5.</b> Индексы активности банковского канала в страховании	2
<b>Тема 14. Бенчмаркинг как</b>	<b>Содержание</b>	

11

технология изучения и применения комплексных страховых решений	Бенчмаркинг как технология изучения и применения комплексных страховых решений	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 7.</b> Преимущества и недостатки страховой организации перед конкурентами. Источники информации для бенчмаркигового анализа	2
<b>Тема 15. Мерчандайзинг как направление продвижения страховых услуг</b>	<b>Содержание</b>	
	Мерчандайзинг как направление продвижения страховых услуг. Продажа страховых продуктов сетевым методом	2
<b>Тема 16. Интернет-маркетинг в страховом бизнесе</b>	<b>Содержание</b>	
	Интернет-маркетинг в страховом предпринимательстве. Бренддинг как процесс комплексного управления страховыми услугами	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 8.</b> Функции и создание бренда страховой организации	2
<b>Тема 17. Принципы управления продажами страховых услуг</b>	<b>Содержание</b>	
	Сущность и принципы управления продажами страховых услуг	2
<b>Тема 18. Последовательные этапы сбыта страховых услуг</b>	<b>Содержание</b>	
	Последовательные этапы сбыта страховых услуг	2
<b>Тема 19. Характеристика целевых клиентских сегментов</b>	<b>Содержание</b>	
	Характеристика целевых клиентских сегментов. Особенности процесса размещения страховых услуг различными категориями потребителей	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 9.</b> Сегментация рынка и определение потенциальных клиентов	2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Системы сбыта применительно к основным клиентским группам: определение наиболее эффективных.	2
<b>Тема 20 Организация партнерского размещения страховых услуг</b>	<b>Содержание</b>	
	Организация партнерского размещения страховых услуг. Инновации в организации продаж страховых продуктов	2
<b>Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет</b>		
<b>МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов</b>		<b>46</b>
<b>Тема 1. Основы финансового планирования в страховой организации</b>	<b>Содержание</b>	
	Финансовое планирование в страховании. Принципы планирования, показатели	2
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 1.</b> Плановые показатели продаж страховой организации в разрезе видов страхования и каналов продаж	2
<b>Тема 2. Основы</b>	<b>Содержание</b>	

12

Бюджетирования в страховой организации	Принципы бюджетирования. Виды бюджетов страховой организации	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 2. Планирование основных финансовых показателей страховой деятельности филиала страховой организации, страхового агентства. Бюджет доходов и расходов страховщика.	2
Тема 3. Формирование финансовой стратегии страховщика	<b>Содержание</b> Формирование финансовой стратегии страховщика	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 3. Составление персонального плана продаж представителя страховой организации	2
Тема 4. Управление и планирование в страховом маркетинге	<b>Содержание</b> Подходы в управлении страховом бизнесе. Анализ программы маркетинга	2
Тема 5. Финансовый анализ страховых операций	<b>Содержание</b> Финансовый анализ и система ключевых финансовых показателей страховщика	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Основные направления повышения финансовой устойчивости страховых организаций	4
Тема 6. Основы анализа продаж страховой организации	<b>Содержание</b> Основные понятия и содержание анализа продаж в области страхования	2
	Тема 7. Анализ заключённых договоров страхования и анализ показателей продаж	2
Тема 8. Анализ эффективности организационных структур розничных продаж страховой компании	<b>Содержание</b> Анализ эффективности организационных структур розничных продаж страховой компании	2
	Тема 9. Анализ эффективности каналов продаж в страховой компании	2
	<b>Содержание</b> Анализ эффективности каналов продаж в страховой компании	2
	<b>Практические занятия</b> Практическое занятие 6. Анализ выполнения плана продаж в разрезе каналов продаж и отдельных продавцов	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Повышение эффективности страховой деятельности страховой организации	2

13

Тема 10. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	<b>Содержание</b> Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации. Совершенствование системы контроля за деятельностью страховых организаций со стороны Банка России	2
<b>Консультации</b>		2
<b>Промежуточная аттестация экзамен</b>		6
<b>Учебная практика</b>		36
Тема 1. Работа по организации розничных продаж в страховой компании	<b>Содержание</b> 1 Организационная структура розничных продаж 2 Выбор каналов продаж	6
	Тема 2 Разработка плана продаж страховой компании	<b>Содержание</b> 1 Работа с программным обеспечением страховой организации 2 Тактическое планирование страховой организации
Тема 3 Определение целевых клиентских сегментов	<b>Содержание</b> 1. Определение целевых клиентских сегментов 2. Ориентация на предоставление услуг корпоративным клиентам и физическим лицам	6
	Тема 4 Изучение процесса организации и проведения различных видов страхования.	<b>Содержание</b> 1 Личного (страховые программы, страховые тарифы, страховые суммы, ОМС, ДМС) 2. Имущественного (определение страховой суммы, определение факта и размера ущерба при наступлении страхового случая, организацию предупредительных мероприятий) 3. Ответственности (страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств; страхования ответственности на случай причинения вреда в процессе хозяйственной и профессиональной деятельности; страхования кредитных рисков; экологического страхования; 4. Предпринимательских рисков (страхование от убытков вследствие перерывов, страхование рисков новой техники и технологии, страхование биржевых и валютных рисков, страхование кредитных рисков, страхование инвестиционной деятельности и др.)
Тема 5 Влияние различных ценовых и прочих факторов качества страховой продукции на её сбыт	<b>Содержание</b> 1. Проведение факторного анализа страховых операций 2 Причины отрицательных тенденций страхового бизнеса	6
	Тема 6 Анализ основных показателей продаж страховой организации	<b>Содержание</b> 1 Страховые премии по видам страхования 2 Рентабельность страховых операций
<b>Промежуточная аттестация - дифференцированный зачёт</b>		

14

<b>Производственная практика</b>		<b>36</b>
Тема 1 Бюджет доходов и расходов страховой организации	<b>Содержание</b> 1 Показатели бюджета доходов страховой организации 2 Показатели бюджета расходов страховой организации	6
Тема 2 Сравнительный анализ страховых продуктов	<b>Содержание</b> 1 Формирования перечня страховых продуктов для целевого сегмента 2 Виды информационных материалов по страховым продуктам	6
Тема 3 Основные конкуренты страховой организации и перспективные целевые сегменты	<b>Содержание</b> 1 Анализ конкурентных преимуществ страховой организации 2 Выбор конкурентной стратегии по продажам страховых продуктов	6
Тема 4 Финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность страховой организации	<b>Содержание</b> 1 Показатели прибыли страховой организации 2 Показатели рентабельности и финансовой устойчивости	6
Тема 5 Анализ выполнения плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж	<b>Содержание</b> 1 Динамика показателей за три последних года 2 Причины не выполнения плана продаж	6
Тема 6 Анализ структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом	<b>Содержание</b> 1 Основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования 2 Основные показатели развития страхового рынка по каналам продаж	6
<b>Экзамен по модулю</b>		<b>6</b>
<b>Всего</b>		<b>260</b>

15

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

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

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

1. Организация страхового дела: учебник и практикум для СПО / И. П. Хоминич; под общей редакцией И. П. Хоминич. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2025. – 148 с. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
2. Архипов, А. П. Финансовый менеджмент страховых организаций : учебник для СПО / А. П. Архипов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 336 с. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

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

1. Архипов, А. П. Финансовый менеджмент страховых организаций : учебник для СПО / А. П. Архипов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 336 с. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
2. Организация страхового дела: учебник и практикум для СПО / И. П. Хоминич; под общей редакцией И. П. Хоминич. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2025. – 148 с. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

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 и личного развития. Широта использования различных источников информации, включая электронные в части изучения страхового рынка и организация 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 организация продаж страховых продуктов. Демонстрация способности к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля. Демонстрация умения презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности. Демонстрация знаний порядка выстраивания презентации страховых продуктов.	Оценка использования обучающимися методов и приёмов организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике. Оценка использования обучающимися методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Демонстрация стремления к сотрудничеству и коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения в части изучения страхового рынка и	Оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.

	организация продаж страховых продуктов.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	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.	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.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	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.	Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
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.

		<p>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.</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. 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.</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. 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.</p>

