


Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации**
Бузулукский филиал Финуниверситета

Согласовано:


Руководитель агентства АО ГСК
Югория Новокуйбышевского филиала
в г.Бузулук

 Ильина О.И.

«28» августа 2023 г.

Утверждаю:

Заместитель директора
по учебно – методической работе
Бузулукского филиала Финуниверситета

 Т.В. Круглова

«28» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 01 « Реализация различных технологий розничных продаж в
страховании»

по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности 38.02.02 Страхование дело
(по отраслям)

Разработчик:

Мартюшева Нелли Шотовна, преподаватель, высшая квалификационная
категория

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и
рекомендована к утверждению на заседании предметно-цикловой комиссии
финансовых дисциплин

Протокол от _____ 2023 г. № _____

Председатель предметно – цикловой комиссии:  С.В. Кузнецова

1. Паспорт программы профессионального модуля
ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.02 Страховое дело (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности:

Реализация различных технологий розничных продаж в страховании и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.

ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.

ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.

ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.

ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.

ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.

ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.

ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.

ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.

ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке страховых работников.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт:

– реализации различных технологий розничных продаж в страховании;
уметь:

– проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов;

– разрабатывать системы стимулирования агентов;

– рассчитывать комиссионное вознаграждение;

– осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;

– создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;

– проводить переговоры по развитию банковского страхования;

– выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;

– оценивать результаты различных технологий продаж и принимать

меры по повышению их качества;

- составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж;
- выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;
- осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку;
- реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;
- подготавливать письменное обращение к клиенту;
- вести телефонные переговоры с клиентами;
- осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
- организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
- организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании; обновлять данные и технологии интернет-магазинов;
- контролировать эффективность использования интернет-магазина;
- знать:
- способы планирования развития агентской сети в страховой компании;
- порядок расчета производительности агентов;
- этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными;
- понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;
- принципы управления агентской сетью и планирование деятельности агента;
- модели выплаты комиссионного вознаграждения;
- способы привлечения брокеров;
- нормативную базу страховой компании по работе с брокерами;
- понятие банковского страхования; формы банковских продаж:
- агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет; определение сетевых посредников:
- автосалоны, почта, банки, предприятия, туристические фирмы, предприятия розничной торговли, ЗАГСы и т.д.;
- порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников;
- теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- маркетинговый анализ открытия точки продаж;
- научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;
- содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;
- модели реализации технологии директ-маркетинга:
- собственная или аутсорсинговая;
- теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
- способы создания системы обратной связи с клиентом;

- психологию и этику телефонных переговоров;
- предназначение, состав и организация работы, ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании;
- особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;
- продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам;
- аутсорсинг контакт-центра;
- способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж;
- принципы создания организационной структуры персональных продаж;
- теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги;
- факторы роста интернет-продаж в страховании;
- интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж;
- требования к страховым интернет-продуктам;
- принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.

Задачи изучения профессионального модуля ПМ1 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании содержат следующие элементы:

- изучение теоретических основ методики реализации различных технологий продаж страховых продуктов. и ее особенностей и роли в работе страховой организации в условиях рыночной экономики;
- получение системы знаний о реализации различных технологий продаж страховых продуктов в страховой организации;
- усвоение методологических основ реализации различных технологий продаж страховых продуктов в страховой организации.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего- 316 часа, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки студента 244 часов;
- обязательной аудиторной учебной нагрузки студента - 162 часа;
- самостоятельной работы студента - 82 часа;
- производственной практики- 72 часа.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности по реализации различных технологий розничных продаж в страховании, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Реализовывать технологии агентских продаж
ПК1.2.	Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами
ПК1.3.	Реализовывать технологии банковских продаж
ПК1.4.	Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж
ПК1.5.	Реализовывать технологии прямых офисных продаж
ПК1.6.	Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах
ПК1.7.	Реализовывать директ- маркетинг как технологию прямых продаж
ПК1.8.	продаж.
ПК1.9.	Реализовывать технологии телефонных продаж.
ПК1.10.	Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость профессии Специалист страхового дела , проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Планировать и организовывать собственную профессиональную деятельность, выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.
ОК 6.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 7.	Ориентироваться в условиях изменений законодательства, количественных и качественных показателей страхового рынка, экономической ситуации в стране.
ОК 8.	Грамотно вести переговоры и деловую переписку в рамках профессиональной этики.
ОК 9.	Работать с общим и специализированным программным обеспечением.

3. Структура и содержание профессионального модуля Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование раздела профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента			Самостоятельная работа студента		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1. – 1.10	МДК 01.01 « Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)»	82	54	20	-	28	-	-	-
	МДК 01.02 « Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)»	108	7 2	30	-	36	-	-	-
	МДК 01.03. «Интернет продажи страховых полисов (по отраслям)»	54	3 6	20	-	18	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							
	Всего:	316	162	70	-	82	-	-	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов по профессиональному модулю междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала , практические занятия, самостоятельная работа студентов	Объем в часах
1	2	3
Раздел 1 ПМ01 « Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»		82
МДК 01.01 «Посреднические продажи страховых продуктов»		54
Тема 1.1. «Организация деятельности страховых агентов. Требование к страховой документации и правовое положение агента»	Содержание	10
	1 История развития посреднической деятельности. Основные понятия посреднической деятельности. Нормативно- правовые акты посреднической деятельности. Каналы и технологии продаж. Типы и виды организационных структур продаж: отраслевая, видовая, клиентская, территориальная и клиентская. Сильные и слабые стороны различных моделей системы продаж.	2
	2 Три модели построения агентской сети и три технологии реализации агентских продаж: технология свободных агентов, технология развития продаж через агентских менеджеров и технология развития продаж через агентства. Сильные и слабые стороны различных моделей агентских продаж.	2
	Практические занятия:	6
	1 Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами.	
	2 Изучение Закона об Организации страхового дела	
	3 Сравнительный анализ особенностей каждой модели агентских продаж исходя из общей логики создания и развития агентской сети.	
Тема 1. 2 «Агентский договор. Порядок заключения агентского договора. Агентский план продаж»	Содержание	10
	1 Основные понятия агентского договора. Условия и функции агентского договора. Правила заполнения и оформления агентского договора. Заключение агентского договора.	6
	2 Планирование развития агентской сети в страховой компании в соответствии с выбранной моделью. Диагностика состояния агентской сети. Разработка плана мероприятий и бюджета по развитию агентской сети.	
	3 Формирование плана рекрутинга агентов, расчет производительности новых и опытных агентов, разработка агентского плана продаж компании. Агентский план продаж.	

	Практические занятия	4
	1 Порядок оформления и заключения агентского договора	
	2 Планирование плана продаж страховым агентам	
Тема 1.3. «Способы планирования развития и принципы управления агентской сети. Первичное обучение и методическое сопровождение новых агентов»	Содержание	10
	1 Основные понятия агентской сети. Характеристика и функции сети. Правила развития агентской сети. Способы и принципы развития. Организация деятельности компании по развитию агентской сети. Рекрутинг агентов: источники, формы и методы. Инструментарий оценки кандидатов в агенты и порядок его практического применения	6
	2 Обучение агентов и сотрудников подразделений компании по работе с агентами. Программы обучения для начинающих агентов, агентских менеджеров. Система адаптации агентов в страховой компании. Управление агентской сетью в процессе текущей деятельности. Развитие агентских менеджеров и наставничества.	
	3 Создание системы обслуживания агентов в компании: материально-техническое, операционное и ИТ-обеспечение агентской деятельности.	
	Практические занятия	4
	1 Составление плана развития агентской сети.	
	2 Работа с программами обучения для начинающих агентов, агентских менеджеров. Планирование деятельности агента	
Тема 1.4 «Система стимулирования и мотивация агентов. Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения»	Содержание	10
	1 Привлечение в бизнес людей с высоким потенциалом. Основные мотивы, которые влияют на работу страховых агентов. Доверие клиента - основа развития страхового бизнеса.	8
	2 Методологические основы мотивации агентской сети. Подходы к мотивации агентской сети. Доминирующие интересы и мотивационные стимулы различных групп агентов: начинающие агенты, опытные агенты, суперагенты.	
	3 Модели выплаты комиссионного вознаграждения в зависимости от модели и технологии агентских продаж. Система стипендий и субсидий. Премияльные системы и бонусы.	
	4 Социальные льготы и компенсации для различных категорий агентов и агентских менеджеров. Программы льготного страхования и ссуды. Материально-техническое обеспечение агентов как мотивационный инструмент.	
	Практические занятия	
Разработка методов стимулирования и мотивации агентов. Разработка систем стимулирования для различных групп агентов и агентских менеджеров.	2	
Тема 1.5 «Формы и системы труда	Содержание	6

страховых посредников. Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них»	1	Заработная плата страховых посредников. Порядок расчета комиссионного вознаграждения. Формы и системы оплаты труда страховых посредников. Технология по работе с брокерами: привлечение брокеров, оформление юридических отношений, обеспечение брокеров необходимыми материалами, поддержка продаж, прием выполненных работ. Организационные модели по работе с брокерами. Организация взаимодействия страховой компании и независимых финансовых консультантов.	2
	Практические занятия		4
	1	Расчет комиссионного вознаграждения страховым посредникам. Организация продаж при аутсорсинге финансовых консультантов на примере практического опыта.	
	2	Разработка и реализация программ по работе со страховыми брокерами	
Тема 1.7 «Основные понятия и виды каналов продаж на страховом рынке»	Содержание		4
	1	Основные понятия и виды каналов продаж на страховом рынке. Характеристика каналов продаж.	2
	Практические занятия		2
1.8 « Банки автосалоны и страховые компании: на главных направлениях сотрудничества»	Содержание		4
	1	Роль и значение нестраховых посредников. Банковское, авто страхование: на главных направлениях сотрудничества.	2
	Практические занятия		2
	1	Составление программы по работе с различными каналами продаж	
Самостоятельная работа к МДК 01.01. «Посреднические продажи страховых продуктов»	Содержание		4
	1	Составление презентаций страховых продуктов для банков (по отраслям) Составление презентаций страховых для автосалонов (по отраслям) Технология продаж страховых продуктов с помощью банковского канала и сетевых посредников.	2
	Практические занятия		2
Самостоятельная работа к МДК 01.01. «Посреднические продажи страховых продуктов»	Актуальные проблемы развития страховых компаний. Влияние актуальных проблем страховых компаний на развитие агентских сетей. Проблемы развития агентских сетей на современном этапе. Стереотипы по отношению к профессии агента и их преодоление. Имидж привлекательной страховой компании для агентов, его формирование и развитие. Работа по формированию клиентской базы. Составление плана по развитию агентских продаж. Факторы, определяющие место и роль агента в страховой компании. Место агентского канала продаж на примере развитых стран и стран ЦВЕ. Сущность и значение страховых брокеров Способы привлечения страховых брокеров. Организация работы страховых брокеров. Лицензирование страховой деятельности. Документы, необходимые для получения лицензии страховым брокерам Роль агентских продаж в различных видах страхования на примере России. Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Самостоятельная работа студентов Проработка		28

	<p>конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.</p> <p>Нематериальное стимулирование агентов и агентских менеджеров. Профессиональная страховая карьера как социальный мотиватор. Корпоративная культура компании как эффективный инструмент мотивации агентов. Система инкорпорирования агентов. Неформальные методы и инструменты привития агентам корпоративной культуры компании. Определение механизма уплаты страховой премии. Оборудование рабочего места продавца страховых услуг и автоматизация продаж.</p>	
МДК 01.02 « Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)»		108
Тема 2.1 «Теоретические основы разработки бизнес плана открытие точки продаж. Технология продаж СП с помощью ТП . Теоретические основы разработки бизнес-плана открытие точки розничных продаж»	Содержание	72
	1 История развития прямого страхования. Преимущества и недостатки прямого страхования. Прогнозы развития рынка прямого страхования. Технология продаж страховых продуктов с помощью точек продаж страховых продуктов в других регионах. История развития прямого страхования. Преимущества и недостатки прямого страхования. Прогнозы развития рынка прямострахования. Технология продаж страховых продуктов с помощью точек продаж страховых продуктов в других регионах	2
Тема 2.2 «Методы и основы открытия ТП страховых продуктов. Маркетинговое исследование. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка их эффективности; Осуществление персональных продаж и их методическое сопровождение договоров страхования»	Содержание	10
	1 Разработка методов и способов открытия точек продаж страховых продуктов в других регионах. Маркетинговые исследования. Этапы и цели маркетинговых исследований. Содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;	4
	2 Обучение и мотивация сотрудников офиса, создание рабочего места для сотрудника страховой компании, ИТ-обеспечение продаж, контроль реализации. Осуществление продажи полисов на рабочих местах и их поддержка. предназначение, состав и организация работы, ИТ- обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании; особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;	
	Практические занятия	6
	1 Составление БП открытие ТП Маркетинговые исследования открытого рынка.	
2 Маркетинговый анализ открытия точки продаж		
3 Научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;		
Тема 2.3 «Особенности техники продаж при работе с клиентом на ТП. Модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или	Содержание	4
	1 Содержание и организация бизнес планирования офиса страховой компании. Разработка бизнес плана по открытию новых подразделений страховых организаций.	

аутсорсинговая»	2	Теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов; Способы создания системы обратной связи с клиентом;	
	Практические занятия		4
	1	Разработка плана продаж на ТП. Изучение технологии страхования жилых помещений: разработка плана реализации технологии, заключение необходимых договоров с предприятиями жилищно-коммунального хозяйства, реализация программы в регионах.	2
	2	Изучение технологии страхования объектов жилого фонда и гражданской ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ. Комплексная системная программа страхования в жилищной сфере.	2
Тема 2.4 «Офис продаж СК. Теоретические подходы к оценке характеристики офисных помещений. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества»	Содержание		4
	1	Офис страховой компании. Современные подходы к оценке характеристик офисных помещений. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества. Причины, влияющие на результаты продаж: изменения в цене продажи и в затратах на единицу, изменения в объеме продаж, изменения в ассортименте продаж.	2
	Практические занятия		4
	1	Расчет отклонений продаж и отклонений затрат	2
	2	Знакомство с программой по вводу ДС Современные подходы к оформлению офиса СК. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества	2
Тема 2.5 «Сегментация страхового рынка и позиционирование товара. Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж»	Содержание		4
	1	Сущность и структура страхового рынка. Функции и участники страхового рынка. Сущность, цель и задача сегментации. Принципы сегментации. Позиционирование товара. Восприятие нового страхового продукта.	2
	2	Стратегия развития сбытовой сети розничных продаж. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. План роста производительности сбытовой сети. Долгосрочный прогноз объемов продаж. Реализация стратегии розничных продаж. Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж.	2
	Практические занятия		2
	1	Выявление основных конкурентов и перспективных сегментов на страховом рынке. Анализ особенностей сегментации страхового рынка. Разработка проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж.	2
Тема 2.6 «Реализация принципов Директ - маркетинга Использование Директ – Маркетинга в	Содержание		4
	1	Директ – страхования, как технология прямых продаж. Использование директ – маркетинга в продвижении страховых продуктов. Основные понятия Директ-маркетинга. Преимущество и недостатки Директ- маркетинга.	2

продвижении страхового продукта. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж, выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка»	2	Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж. Выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка.	2
	Практические занятия		2
	1	Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Материально-техническое обеспечение и автоматизация деятельности офиса розничных продаж страховой компании	2
Тема 2.7 «Модели реализации Директ – маркетинга. Продажи полюсов на рабочих местах и их поддержка»	Содержание		4
	1	Цели Директ – маркетинга Модель реализации Директ – маркетинга. Преимущества технологии ПРМ для предприятия, сотрудников и страховой компании. Содержание технологии продажи полисов на рабочих местах.	2
	2	Определение перечня перспективных предприятий. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для сотрудников предприятия.	2
	Практические занятия		2
	1	Создание БД потенциальных и существующих клиентов. Способы создания обратной связи с клиентами. Реализация принципов Д-М. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности.	2
Тема 2.8 «Теоретические основы создания базы данных для потенциальных и существующих клиентов. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности»	Содержание		4
	1	Создание базы данных потенциальных и существующих клиентов СК. Правила оформление и формирования базы данных клиентов страховой компании.	2
	2	Модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или аутсорсинговая. Анализ сильных и слабых сторон различных моделей.	2
	Практические занятия		4
	1	Создание БД потенциальных и существующих клиентов. Способы создания обратной связи с клиентами.	2
	2	Подготовка письменного сообщения клиенту в зависимости от целей и задач директ-маркетинга.	2
Тема 2.9 «Психология и этика телефонных переговоров. Технология продаж страховых продуктов по телефону. Телефонные продажи страховых продуктов»	Содержание		2
	1	Психология и этика телефонных переговоров. Технология продаж страховых продуктов по телефону. Телефонные продажи страховых продуктов Создание многоуровневой системы продаж на предприятии: персональное обслуживание топ-менеджмента и массовые программы для работников на базе корпоративного страхования и корпоративных тарифов.	2
	Практические занятия		2
	1	Этика телефонных переговоров. Правила ведения телефонных переговоров. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности.	2
Тема 2.10 «Аутсорсинг-контакт центр	Содержание		4

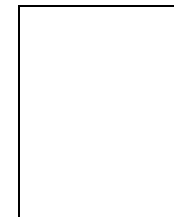
продажи страхового продукта. Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы»	1	Телемаркетинг - маркетинг телефонных переговоров. Значение контакт центра для привлечения клиентов. Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании.	2
	Практические занятия		2
	1	Правила и методы работы с возражениями. Методы работы с возражениями	
Тема 2.11 « Сущность и значение организационной структуры. Принципы создания организационной структуры персональных продаж. Персональные продажи и методическое сопровождение страхования»	Содержание		6
	1	Сущность и значение организационной структуры страховой компании. Общие требования к структуре страховой компании: оптимальность; оперативность;	2
	2	Виды структуры. Продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам.	2
	3	Общие требования к структуре страховой компании: оптимальность; оперативность;	2
	Практические занятия		2
	2	Модели оптимизации затрат предприятия на страхование: комбинирование корпоративных и индивидуальных взносов. Реализация на предприятии совместных банковско-страховых программ.	
Тема 2.12 «Правила и принципы создания организационной структуры»	Содержание		2
	Основные правила и принципы создания организационной структуры персональных продаж.		
	Практические занятия: Принципы создания организационной структуры.		2
Контрольная работа по разделу 2 Прямые продажи страховых продуктов.		2	
Самостоятельная работа по МДК 01.02 «Прямые продажи страховых продуктов»	Теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов; Способы создания системы обратной связи с клиентом; Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Понятие прямого страхования и практический опыт различных стран в его реализации. Выявление основных конкурентов и перспективные сегменты рынка; Ключевые факторы успеха в подготовке письменного обращения к клиенту. Создание системы обратной связи с клиентом. Создание базы данных потенциальных и существующих клиентов, аутсорсинг базы данных у директ-маркетингового агентства. - способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж; - принципы создания организационной структуры персональных продаж; теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги; Осуществление телефонных продаж страховых продуктов; Организация работы контакт-центра страховой компании и оценка основных показателей его работы; Определение способов доставки страховой услуги и способов финансовых расчетов. - аутсорсинг контакт-центра;		3 6

МДК 01.03 «Интернет-продажи страховых полисов.(по отраслям)»		54	
Тема 3.1 « Понятие Интернет-бизнеса. История развития Интернет-бизнеса. Организация и функционирование интернет-магазина страховой компании»	Содержание		6
	1	История развития онлайн-страхования в России. Практика онлайн- страхования в России. Анализ страховых компаний. Анализ альтернативных каналов продаж. Особенности интернет-бизнеса в России. Факторы роста интернет-продаж в страховании. Выбор технологии телефонных продаж: с созданием собственного контакт-центра либо аутсорсинговая модель. Контакт-центр страховой компании: предназначение, состав и организация работы.	2
	2	Требования к персоналу контакт-центра, подбор, обучение и управление персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности. Материально- техническое обеспечение деятельности контакт-центра и организация рабочих мест операторов.	2
	Практические занятия: Анализ сильных и слабых сторон различных моделей.ИТ-обеспечение деятельности контакт-центра как основной фактор успеха телефонных продаж.		2
Тема 3.2 «Сущность и понятие Интернет-страхования. Обновление данных и технологий интернет-магазина»	Содержание		4
	1	Понятие и сущность Интернет страхования. Возможности интернет страхования для страхователя и страховщика. Персональные продажи при организации обслуживания ключевых розничных клиентов. Создание организационной структуры персональных продаж.	2
	2	Создание баз данных по ключевым клиентам. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.	2
	Практические занятия		2
	1	Выбор технологии телефонных продаж: с созданием собственного контакт-центра либо аутсорсинговая модель. Анализ сильных и слабых сторон различных моделей. Организация деятельности контакт-центра на практическом опыте.	2
Тема 3.3 « Значение интернет-бизнеса в современных условиях. Контроль эффективности использования интернет-магазина»	Содержание		6
	1	Понятие и сущность онлайн-страхования. Цель и задачи онлайн-страхования Особенности онлайн-страхования.	2
	2	Требования к предоставлению онлайн- страхования, принципы онлайн-страхования. Объекты и субъекты онлайн- страхования. Методика проведения онлайн-страхования.	2
	3	Организация качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги, сопровождения договора страхования и урегулирования убытков.	2

	Практические занятия	2
	1 Создание организационной структуры персональных продаж. Создание баз данных по ключевым клиентам. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.	2
Тема 3.4 «Преимущество и недостатки Интернет-страхования»	Содержание	2
	1 Этапы онлайн-страхования. Виды онлайн-страхования. Формы онлайн-страхования. Основные требования к сайтам. Преимущество и недостатки интернет страхования.	2
Тема 3.5 «Барьеры вхождения на рынок интернет-страхования. Интернет –магазины»	Содержание	2
	1 Внутренние барьеры вхождения на рынок интернет-страхования. Внешние барьеры вхождения на рынок интернет-страхования. Разработка мероприятий, способствующих устранению внутренних и внешних барьеров. Анализ статистических данных.	2
Тема 3.6 «Интернет – сайты страховых компаний»	Содержание	2
	1 Возможности онлайн-страхования. Состав и организация работы с базой данных клиентов. ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании. Особенности организации предоставления страховых полисов через Интернет.	2
Тема 3.7 «Условия и порядок оформления сайта страховой компании»	Содержание	4
	Параметры оформления сайта страховой компании. Роль и значения сайта при реализации страховых продуктов.	2
	Практическое занятие	2
	Практические занятия Оформление сайта страховой компании.	
Тема 3.8 «Условия и порядок оформления онлайн – заявки»	Содержание	4
	Интернет-заявка. Интернет-платеж. Интернет-магазин. Интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж	2
	Практическое занятие: Практические занятия №2 Оформление заказа на сайте страховой компании. Практические занятия №3 Оплата заказа на сайте страховой компании.	2
Тема 3.9. «Принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем»	Содержание	2
	1 Расчет стоимости страховых полисов с помощью онлайн-калькуляторов .	2
	Практические занятия	2
	1 Расчет страховых премий и страховых возмещений через Интернет ресурсы	2
Тема 3.10 « Возможности онлайн-страхования. Состав и организация	Содержание	4
	Структура базы данных. Порядок оформления базы данных через сайт страховой компании. Организация работы с базой данных страховой компании.	2

работы с базой данных клиентов»	Практическое занятие: Практические занятия №7 Составление клиентской базы через Интернет . Практические занятия №8 Овладение методикой и техникой поиска потенциальных клиентов через Интернет	2
Тема 3.11 « Факторы роста интернет-	Содержание	2
продаж в страховании»	Практическое занятие Порядок оформления рекламы на сайте	2
Самостоятельная работа к МДК 01.03 «Интернет продажи страховых продуктов»	<p>Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме.</p> <p>Подготовка сообщений по темам: Подготовка презентаций по темам: Интернет в нашей жизни ; Современные IT- технологии в страховании . Комбинирование директ-маркетинговой технологии и технологии телефонных продаж. Современный страховой рынок России ; Страховые рынки стран с развитой экономикой . Сравнительный анализ контакт-центров страховых компаний России Работа в онлайн- калькуляторах. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров.</p> <p>Порядок работы персонального менеджера с клиентами компании. Составление должностных инструкций для специалистов контакт-центра страховой компании.</p> <p>Данные и технологии с интернет-магазинами. Страховой калькулятор Игосстрах Страховой калькулятор ВСК,Ренессанс и т.д.</p> <p>Проведение анализа деятельности Интернет-магазинов в РФ.</p>	18
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов; - разрабатывать агентский план продаж; - проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов; - разрабатывать системы стимулирования агентов; - рассчитывать комиссионное вознаграждение; - осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них; - создавать базы по данным с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней; - проводить переговоры по развитию банковского страхования; - выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты; - обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах распространяемых через банковскую; - разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками; - оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества; - составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж; - проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж; - выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка; - осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку; - реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность; - подготавливать письменное обращение к клиенту; 	72	

- вести телефонные переговоры с клиентами;
- осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
- организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
- организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;
- обновлять данные и технологии и контролировать эффективность использования интернет-магазина



4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля ПМ01 « Реализация различных технологий розничных продаж в страховании требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебной аудитории:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- комплекты учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины;
- учебно-методический комплекс Реализация различных технологий розничных продаж в страховании ., рабочая программа, календарно-тематический план;
- библиотечный фонд;
- технические средства обучения:
- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

4.1. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий,

Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Алиев Б.Х., Махдиева Ю.М. Страхование. Учебник. - Юнити-Дана, 2021.
2. Белоусова С.Н. Маркетинг: Учебное пособие.-Ростов н /Д: Феникс, 2021.
3. Березина С.В., Никулина Н.Н. Страхование, теория и практика: Учебное пособие.- Юнити-Дана, 2021.
4. Воронина Л.И. Аудит: теория и практика. – М.: Омега –Л, 2021.
5. Галаганов В.П. Страхование: учебник.-7-е изд., исп. и доп. – М.: Издательский центр Академия, 2023.-384с.
6. Миронова О.А., Азарская М.А. Аудит: теория и методология, 2-е издание, Омега - М, 2021.
7. Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д. Актуарные расчеты в страховании: Учебное пособие.
 - Юнити-Дана, 2021.
8. Никулина, Н. Н. Страховой менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, студентов по специальностям Финансы и кредит , (080109) Бухгалтерский учет, анализ и аудит / Н. Н. Никулина, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 703 с.
9. Никулина Н.Н.. Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, студентов по специальности Финансы и кредит / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.

- 503 с.

10. Парушина Н.В., Суворова С.П. Аудит, практикум. М.: Форум: Инфра-М, 2021.

11. Подольский В.И., Савин А.А. Аудит. Учебник. - М.: Юрайт, 2021.

12. Суйц В.П., Ситникова В.А. Аудит: Учебное пособие – М.: Кнорус, 2021.

13. Фогельсон Ю. Б. Страхование право: теоретические основы и практика применения: Монография / Ю.Б. Фогельсон. - М.: Норма: НИЦ Инфра-М, 2021. - 576 с. ЭБС: Znanium.com

14. Эриашвили Н. Д. Никулина, Н. Н. Актуарные расчеты в страховании [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов вузов, студентов по специальностям

Финансы и кредит , Бухгалтерский учет, анализ и аудит / Н. Н. Никулина, Н. Д. Эриашвили. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 136 с. Гриф.Э БС. Znanium.com

15. Шахов В.В. Страхование. Учебник. - Юнити-Дана, 2021

16. Шихов А.К. Страхование: Учебное пособие для вузов. - М.:ИНФРА - М, 2021.

Дополнительные источники:

1. Арм-страховщика руководство пользователя версия 2

2. Годин, А. М. Страхование [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин, С. В. Фрумина. - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2021. - 256 с. ЭБС: Znanium.com

3. Шихов А. К. Страхование: организация, экономика, правовые аспекты: Учебное пособие для вузов / А.К. Шихов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2021. - 368 с.: ЭБС: Znanium.com

4. СПС Гарант ;

5. <http://www.allinsurance.ru> – Страхование в России.

6. <http://www.strahovka.info>. – Атлас страхования.

7. <http://www.finart.ru> – ФинАрт.

8. <http://www.rosmedstrah.ru> – Медицинское страхование в России.

9. <http://www.insa.ru> – Insa.Ru.

10. <http://www.insur-today.ru> – Страхование сегодня.

11. <http://analytics.interfax.ru/shure.htm> – Общий обзор Интерфакс .

12. <http://www.raexpert.ru> – Общий обзор страхового рынка.

13. <http://www.711.ru> – Страховые компании в Москве и пр.

14. <http://www.gazeta.ru/insurance.shtml> – Общий обзор страхового рынка.

15. <http://www.rgs.ru> – ОАО Росгосстрах .

16. <http://www.uralsibins.ru> – СГ УралСиб .

17. <http://www.ingos.ru> – ОСаО Ингосстрах .

18. <http://www.rosno.ru> – РОСНО.

19. <http://www.soglasie.ru> – СК Согласие .

20. [http: //www.reso.ru](http://www.reso.ru) – СК Ресо - Гарантия .
21. [http: //www.vsk.ru](http://www.vsk.ru) – Страховой дом ВСК.
22. [http: //www.progress.ru](http://www.progress.ru) – ОАО СК Прогресс - Гарант .
23. [http: //gutains.ru](http://gutains.ru) – СК Гута - страхование .

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением.

В преподавании используются информационно-коммуникационные технологии, кейс-технологии, игровые технологии.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Изучению профессионального модуля предшествует изучение дисциплин : Страховое дело , Страховое право , Бухгалтерский учет , Аудит , Экономика организации, Статистика, Документационное обеспечения управления ,

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля преподавателем в процессе проведения практических занятий, обязательных контрольных работы, заслушивания сообщений, докладов, рефератов, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>Рассчитывать производительности эффективность работы страховых агентов; разрабатывать агентский план продаж; проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов; разрабатывать системы стимулирования агентов; рассчитывать комиссионное вознаграждение; осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них; создавать и работать с базами данных по банкам; проводить переговоры по развитию банковского страхования; выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты; обучать сотрудников банка;</p>	<p>– демонстрация интереса к</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы</p>

<p>разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками; оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества; составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;</p>		
<p>проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж; выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка; осуществлять продажи полисов на рабочих местах и их поддержку; реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность; подготавливать письменное обращение к клиенту; вести телефонные переговоры с клиентами; осуществлять телефонные продажи страховых продуктов</p>	<p>– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования; – оценка эффективности и качества выполнения.</p>	
<p>рассчитывать комиссионное вознаграждение; осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;</p>	<p>– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования;</p>	
<p>создавать и работать с базами данных по банкам; проводить</p>	<p>– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные источники.</p>	
<p>Использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.</p>	<p>– применение программных продуктов в процессе проведения инвентаризации имущества и обязательств организации</p>	
<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и обучения</p>	<p>взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>Понимать сущность и социальную значимость профессии Специалист страхового дела, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>– демонстрация интереса к будущей профессии</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>Планировать и организовывать собственную профессиональную деятельность, выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования; – оценка эффективности и качества выполнения.</p>	
<p>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования;</p>	
<p>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные источники.</p>	
<p>Использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.</p>	<p>– применение программных продуктов в процессе проведения инвентаризации имущества и обязательств организации</p>	

Самостоятельно определять задачи профессионального и	– взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения	
--	---	--

<p>личностного развития заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>		
<p>Ориентироваться в условиях изменений законодательства, количественных и качественных показателей страхового рынка, экономической ситуации в стране.</p>	<p>– самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	
<p>Грамотно вести переговоры и деловую переписку в рамках профессиональной этики.</p>	<p>– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>	
<p>Работать с общим и специализированным программным обеспечением.</p>	<p>– анализ инноваций в области инвентаризации имущества и обязательств организации</p>	