

Аннотация рабочей программы профессионального модуля
ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»

Рабочая программа разработана в соответствии с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 833 от 28.07.2014г.

Перечень знаний, осваиваемых в рамках модуля:

- роль и место розничных продаж в страховой компании;
- содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;
- принципы планирования;
- нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;
- принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;
- методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;
- место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;
- маркетинговые основы розничных продаж;
- методы определения целевых клиентских сегментов;
- основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;
- порядок формирования ценовой стратегии;
- теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;
- виды и формы плана продаж;
- взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;
- методы разработки плана и бюджета продаж: - экстраполяция, встречное планирование, директивное планирование;
- организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная;
- слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;
- модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;
- классификация технологий продаж в розничном страховании: по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;
- каналы розничных продаж в страховой компании;
- факторы выбора каналов продаж для страховой компании;
- прямые и посреднические каналы продаж;
- способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;
- соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;
- основные показатели эффективности продаж;
- порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;
- зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;
- коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;
- качественные показатели эффективности каналов продаж

Перечень умений, осваиваемых в рамках модуля:

- анализировать основные показатели страхового рынка;
- выявлять перспективы развития страхового рынка;

- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;
 - формировать продуктовую стратегию;
 - составлять стратегический план продаж страховых продуктов;
 - составлять оперативный план продаж;
 - рассчитывать бюджет продаж;
 - контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры, стимулирующие его исполнение;
 - выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;
 - проводить анализ эффективности организационных структур продаж;
 - организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;
 - определять перспективные каналы продаж;
 - анализировать эффективность каждого канала;
 - определять величину доходов и прибыли канала продаж;
 - оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;
 - рассчитывать коэффициенты рентабельности;
 - проводить анализ качества каналов продаж.
- Формируемые компетенции - ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4.

Перечень тем:

Раздел 1 ПМ02 Планирование и организация продаж в страховании

Тема 1.1 Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка.

Тема 1.2 Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж.

Тема 1.3. Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов

Тема 1.4 Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж

Раздел 2. ПМ 02 Анализ эффективности продаж

Тема 2.1 Контроль исполнения плана продаж и разработка мер, стимулирующих его исполнение

Тема 2.2 Выбор организационной структуры розничных продаж и анализ ее эффективности

Тема 2.3 Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж, выявление перспективных каналов продаж, Анализ эффективности каждого канала

Тема 2.4 Определение величины доходов и прибыли канала продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации

Тема 2.5 Коэффициенты рентабельности. Анализ качества каналов продаж

Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета по МДК.02.01 и МДК.02.02, дифференцированного зачета по производственной практике ПМ.02, экзамена по ПМ 02.