


Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**  
**(Финансовый университет)**

**Бузулукский филиал Финуниверситета**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора  
по учебно-методической работе  
  
\_\_\_\_\_ Т.В. Круглова

«26» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов

38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

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

Разработчики:

Нижегородова Г.Ю.- преподаватель Бузулукского филиала

Рецензенты:

Мартюшева Н.Ш.- преподаватель Бузулукского филиала

Черкасова В.И. - руководитель агентства АО ГСК «Югория»  
Новокуйбышевского филиала в г.Бузулук

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

Протокол от «12» мая 2022 г. №10

Председатель ПЦК \_\_\_\_\_  С.В.Кузнецова

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>14</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>15</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов

### 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация продаж страховых продуктов. и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.

ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.

ПК 2.3. Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.

ПК 2.4. Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

#### **иметь практический опыт:**

организации продаж страховых продуктов;

#### **уметь:**

анализировать основные показатели страхового рынка;

выявлять перспективы развития страхового рынка;

применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;

формировать стратегию разработки страховых продуктов;

составлять стратегический план продаж страховых продуктов;

составлять оперативный план продаж;

рассчитывать бюджет продаж;

контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;

выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;

проводить анализ эффективности организационных структур продаж;

организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;

определять перспективные каналы продаж;

анализировать эффективность каждого канала;

определять величину доходов и прибыли канала продаж;

оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;

рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;

проводить анализ качества каналов продаж;

#### **знать:**

роль и место розничных продаж в страховой компании;

содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;

принципы планирования реализации страховых продуктов;

нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;

принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;

методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;

место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;

маркетинговые основы розничных продаж;  
методы определения целевых клиентских сегментов;  
основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;  
порядок формирования ценовой стратегии;  
теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;  
виды и формы плана продаж;  
взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;  
методы разработки плана и бюджета продаж:  
экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;  
организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную;  
слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;  
модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;  
классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;  
каналы розничных продаж в страховой компании;  
факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;  
способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;  
соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;  
основные показатели эффективности продаж;  
порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;  
зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;  
коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;  
качественные показатели эффективности каналов продаж.

### **1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

Всего -164 часа, в том числе :

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 164 часа,

Обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 110 часов,

Самостоятельной работы обучающегося - 54 часа;

Учебной и производственной практики - 90 часов.

## 2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация продаж страховых продуктов, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

ПК 2.1.	Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.
ПК 2.2.	Организовывать розничные продажи.
ПК 2.3.	Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.
ПК 2.4.	Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов(макс. учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов(если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч курсовая работа( проект), часов	Всего, часов	В т.ч курсовая работа( проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1. ПК 2.2.	Раздел 1. МДК 02.01 Планирование и организация продаж в страховании	82	56	20		26		9	36
ПК 2.3. ПК 2.4.	Раздел 2. МДК 02.02 Анализ эффективности продаж	82	54	20		28		9	36
	Производственная практика (по профилю специальности)	90						18	72
	<b>Всего</b>	<b>254</b>	<b>110</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>72</b>

### 3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<b>Раздел 1 ПМ02 Планирование и организация продаж в страховании</b>		<b>54</b>
<b>МДК 02.01 Планирование и организация продаж в страховании</b>		<b>52</b>
<b>Тема 1.1</b> Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка.	<b>Содержание</b>	<b>18</b>
	Анализ страховых премий (взносов) по прямому страхованию и перестрахованию, выплат по прямому страхованию и перестрахованию как в целом по страховому рынку так и по отраслям и формам. Анализ по количеству страховых компаний и величине уставного капитала. Макроэкономические индикаторы развития рынка страхования. Место России в мировом страховом рынке. Инвестиционная привлекательность российского страхового рынка. Основные тенденции развития отраслей российского страхового рынка. Характеристика региональной структуры страхового рынка. Оценка размера реального страхового рынка в РФ	<b>12</b>
	<b>Практическая работа:</b> Анализ основных показателей страхового рынка.	<b>6</b>
<b>Тема 1.2</b> Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж.	<b>Содержание</b>	<b>14</b>
	Современные концепции маркетинга и их практическое применение в деятельности страховых компаний. Содержание транзакционного бизнес-процесса «маркетинг» в страховой компании и его практическое применение. Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений. Создание единой базы данных клиентов в страховой компании. Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании. Формирование сегмента лояльных клиентов и внедрение программ лояльности. Экономическая эффективность работы в клиентоориентированной страховой компании с лояльными клиентами. Признаки клиентоориентированности страховой компании в маркетинге.	<b>10</b>
	<b>Практическая работа:</b> Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании.	<b>4</b>
<b>Тема 1.3.</b> Порядок формирования	<b>Содержание</b>	<b>12</b>



<p>продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов</p>	<p>Роль и место продаж в страховой компании. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных и корпоративных продаж. Логика разработки стратегии продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией. Маркетинговая стратегия продаж. Определение целевых клиентских сегментов. Формирование продуктовой стратегии. Формирование стратегии развития каналов продаж. Ценовая стратегия в области розничных и корпоративных продаж. 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. Роль и место корпоративных продаж в страховой компании. Разработка стратегии корпоративных продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией. Место корпоративных продаж в структуре стратегического плана страховой компании. Реализация стратегии корпоративных продаж. Стратегия развития сбытовой сети корпоративных продаж. Финансовая стратегия розничных продаж. Целевая финансовая стратегия: рост объемов продаж или рост прибыли. Ресурсная финансовая стратегия розничных продаж: рост на основе самофинансирования либо на основе привлечения инвестиционных ресурсов.</p>	<p>8</p>
	<p><b>Практическая работа:</b> Формирования продуктовой стратегии, формирование стратегического плана продаж страховых продуктов. разработка маркетинговой стратегии розничных продаж</p>	<p>4</p>
<p>Тема 1.4 Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж</p>	<p><b>Содержание</b></p>	<p>12</p>
	<p>Виды и формы плана продаж. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж и их отличие. Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяция, встречное планирование, директивное планирование. Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж при осуществлении оперативного планирования. Процедуры планирования продаж в страховой компании. Принципы планирования. Логистика планирования розничных продаж. Органы планирования. Нормативная база страховой компании по планированию в сфере продаж.</p>	<p>6</p>

	<b>Практическая работа:</b> Разработка плана продаж, формирование организационной структуры розничных продаж, модель соотношения центральных и региональных розничных продаж, разработка перечня сетевых посредников, разработка письменного обращения к клиенту, расчет нормативов в сфере розничных продаж, разработка конкретной технологии продаж	6
<b>Самостоятельная работа при изучении 1 раздела ПМ 02</b> Анализ страхового рынка Приволжского федерального округа. Анализ страхового рынка Оренбургской области. Анализ страхового рынка Бузулука (или района проживания обучающегося). Основные события на страховом рынке России. Сравнение российского страхового рынка со странами Центральной и Восточной Европы. Страховая компания как клиентоориентированная система и общий алгоритм ее построения. Стратегия построения клиентоориентированной страховой компании. Операционное обслуживание клиентов в клиентоориентированной страховой компании. Клиентоориентированные информационные технологии и инфраструктура страховой компании. Организационная структура и персонал клиентоориентированной страховой компании. Стандарты обслуживания клиентов в клиентоориентированной страховой компании. Маркетинг «Коробочных» продуктов, менеджмент качества страховой услуги Разработка страховых продуктов. Структура пользования финансовыми услугами в 2019 году.		26
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> Анализ страховых премий (взносов) и страховых выплат по прямому страхованию и перестрахованию на примере страховой компании. Персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. План роста производительности сбытовой сети. Долгосрочный прогноз объемов продаж. Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж при осуществлении оперативного планирования. Процедуры планирования продаж в страховой компании.		9
<b>Производственная практика ( по профилю специальности) итоговая по модулю</b> <b>Виды работ</b> Анализ страховых премий(взносов) по страховой компании(офису). Анализ страховых премий(взносов) в разрезе страховых агентов. Анализ страховых выплат по страховой компании(офису). Анализ уровня выплат по страховой компании(офису). Оценка клиентоориентированности страховой компании(офиса). Расчет плана продаж страховой компании (офиса продаж). Контроль за ходом выполнения плана продаж компании (офиса продаж, страхового агента) в табличной форме.		36
<b>Раздел 2. ПМ 02 Анализ эффективности продаж</b>		82
<b>МДК 02.02 Анализ эффективности продаж</b>		82
<b>Тема 2.1</b> Контроль исполнения	<b>Содержание</b>	10

плана продаж и разработка мер, стимулирующих его исполнение	Принципы стратегического учета, его содержание и формы. Порядок организации стратегического контроля в страховой компании. Стратегические ключевые показатели деятельности страховой компании. Меры, стимулирующие исполнение плана продаж.	6
	<b>Практическая работа:</b> Организация контроля за выполнением ключевых показателей деятельности страховой компании.	4
Тема 2.2 Выбор организационной структуры розничных продаж и анализ ее эффективности	<b>Содержание</b>	12
	Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная. <b>Сильные и слабые стороны различных моделей системы продаж.</b> Понятие и содержание продакт-менеджмента и возможности его реализации в условиях неразвитого страхового рынка. Дивизиональное построение организационной структуры продаж в страховой группе. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж. Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности. Моделирование организационной структуры продаж для конкретной страховой компании. 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. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании. Классификация каналов розничных продаж в страховании. Прямые и посреднические каналы продаж. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.	6
	<b>Практическая работа:</b> Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.	6
Тема 2.3 Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж, выявление перспективных каналов продаж, Анализ эффективности каждого канала	<b>Содержание</b>	10
	Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная. Понятие и содержание продакт-менеджмента и возможности его реализации в условиях неразвитого страхового рынка. Дивизиональное построение организационной структуры продаж в страховой группе. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж. Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности. Моделирование организационной структуры продаж для конкретной страховой	4

	<p>компании.</p> <p>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. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании. Классификация каналов розничных продаж в страховании. Прямые и посреднические каналы продаж. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.</p>	
	<b>Практическая работа:</b> Сравнительный анализ эффективности каналов продаж, используемых страховыми компаниями.	4
	<b>Обобщающее занятие (тестирование по пройденным темам)</b>	2
<b>Тема 2.4</b> Определение величины доходов и прибыли канала продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	<b>Содержание</b>	12
	Состав доходов и расходов каналов продаж. Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж. Ключевые показатели эффективности системы продаж страховой компании.	8
	<b>Практическая работа:</b> Определение финансовых результатов каналов продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	4
<b>Тема 2.5</b> Коэффициенты рентабельности. Анализ качества каналов продаж	<b>Содержание</b>	8
	Показатели рентабельности страховой деятельности. Показатели, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика: число пунктов продаж и обслуживания покупателей данных продуктов, удельный вес объема продаж через разные каналы продаж, средний платеж на один договор, убыточность страховых операций, объем продаж- объем нового бизнеса за определенный период, маржинальный доход, количество проданных страховых продуктов на одного страхователя, лояльность клиентов, конкурентоспособность тарифов, уровень расходов на продажу, производительность персонала.	4

	<p><b>Практическая работа:</b> Расчет показателей рентабельности страховой деятельности и показателей, характеризующих результаты работы системы продаж страховщика: число пунктов продаж и обслуживания покупателей данных продуктов, удельный вес объема продаж через разные каналы продаж, средний платеж на один договор, убыточность страховых операций, объем продаж- объем нового бизнеса за определенный период, маржинальный доход, количество проданных страховых продуктов на одного страхователя, лояльность клиентов, конкурентоспособность тарифов, уровень расходов на продажу, производительность персонала.</p>	2
	<p><b>Контрольная работа по темам раздела 2 «Анализ эффективности продаж»</b></p>	2
<p><b>Самостоятельная работа при изучении 1 раздела ПМ 02</b></p>	<p>Особенности страхового маркетинга. Система построения многоуровневых субагентских сетей. Концептуальные особенности применения CONJOINT-АНАЛИЗА в розничном страховании. Роль андеррайтера в продажах страховых продуктов. Создание единой команды в отделе продаж страховой компании. Офис продаж страховой компании: основные подходы и решения в условиях кризиса. Сравнительная эффективность каналов рекламы страховых продуктов в условиях кризиса. Повышение качества страховых услуг. Типологические характеристики продавцов страховых услуг, как эффективный инструмент управления лояльностью клиентов. Проблемы внедрения и использования CRM- технологии в страховых компаниях.</p>	28
<p><b>Учебная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b> Анализ стратегических ключевых показателей деятельности страховой компании          Моделирование организационной структуры продаж для конкретной страховой компании.          Определения доходов и прибыли каналов продаж. Анализ эффективности системы продаж страховой компании.          Расчет показателей рентабельности страховой деятельности и показателей, характеризующих результаты работы системы продаж страховщика.</p>		9
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b></p> <p><b>Виды работ</b> Анализ стратегических ключевых показателей деятельности страховой организации(офиса продаж).Схема организационной структуры розничных продаж страховой компании (офиса продаж). Схема каналов продаж в розничном страховании страховой компании (офиса продаж). Анализ эффективности технологий продаж в розничном страховании страховой компании (офиса продаж). Моделирование организационной структуры продаж для страховой компании (офиса продаж) Определение доходов и прибыли каналов продаж страховой компании (офиса продаж). Расчет показателей рентабельности страховой компании (офиса продаж).</p>		36
<p><b>Всего</b></p>		254

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета, лаборатории «Учебная страховая организация».

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:** посадочные места для обучающихся, доска, стол учителя, калькуляторы, учебно-практические пособия, нормативные правовые акты учебно-бланковый материал, карточки тестов, карточки индивидуального опроса, заданий для самостоятельных и контрольных работ, вопросы и билеты для проведения итогового контроля, слайды по всему модулю в целом.

**Технические средства обучения:** компьютеры с установленной системой «Гарант» или «Консультант Плюс», мультимедийное оборудование, интерактивная доска.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

- 1 Конституция Российской Федерации / Федеральный конституционный закон РФ от 12.12.1993 г. // Российская газета. – 1993. – 25 декабря.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) (статьи 454-1109) (с изменениями на 29 декабря 2017 года) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс
- 3 Федеральный Закон Российской Федерации от 27.11.1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» ( в ред. от 28.01.2018) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс
- 4 Федеральный Закон Российской Федерации от 10.07.2002 г. №86 «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» ( в ред. от 27.12.2019) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс
- 5.Архипов, А.П. Страхование дело. : учебник / Архипов А.П. — Москва : КноРус, 2022. — 252 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06565-5. — URL: <https://book.ru/book/929763>. — Текст : электронный.
- 6 Галаганов, В.П. Основы страхования и страхового дела : учебное пособие / Галаганов В.П. — Москва : КноРус, 2016. — 216 с. — (для ссузов). — ISBN 978-5-406-05255-6. — URL: <https://book.ru/book/920157>. — Текст : электронный.
- 7 Скамай, Л. Г. Страхование дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Г. Скамай. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 322 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06634-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/430889>
- 8 Организация страхового дела : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. П. Хоминич [и др.] ; под редакцией И. П. Хоминич, Е. В. Дик.. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 230 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01041-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/433602>

Дополнительные источники:

1. Страховой маркетинг: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Финансы и кредит" / Никулина Н.Н., Суходоева Л.Ф., Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 503 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01646-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882991>

2. Страховой менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Коммерция", "Антикризисное управление" / Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 703 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02089-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882997>
3. Годин, А. М. Страхование [Электронный ресурс] : Учебник / А. М. Годин, С. Р. Демидов, С. В. Фрумина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 504 с.
4. Журнал «Современные страховые технологии»
5. Журнал «Финансы и кредит»
6. Журнал «Финансы»
7. <http://www.cbr.ru> - Банк России: Центральный банк Российской Федерации
8. <http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.
9. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
10. <http://www.garant.ru>- Справочно-правовая система «Гарант».

#### 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», ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и другие.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1 Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.	Правильность осуществления стратегического и оперативного планирования розничных продаж.	Текущий контроль в форме: устного опроса; защиты практических занятий; выполнения тестовых заданий.
ПК 2.2 Организовывать розничные продажи.	Правильность организации розничных	

	продаж.	Д/З
ПК 2.3 Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.	Правильность реализации различных технологий розничных продаж в страховании.	– Кв. Э(к)
ПК 2.4 Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.	Правильность проведения анализа эффективности каждого канала продаж страхового продукта	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только формирование 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
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области ведения страховых расчетов; оценка эффективности и качества выполнения расчетов;	
Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области ведения налоговых и страховых расчетов;	Д/З  – Кв. Э(к)
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные;	
Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	работа на компьютере с использованием информационных технологий и систем в профессиональной деятельности;	
Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством,	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и работниками страховых	



потребителями	компаний;	
Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на ответственности за результат выполнения заданий (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной работы;	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля;	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	самоанализ и коррекция результатов собственной работы; организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля;	

## Рецензия

на рабочую программу профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»  
для специальности: 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)»  
составленную преподавателем ПЦК кредитных и страховых дисциплин  
Бузулукского филиала Финансового университета при Правительстве РФ –  
Нижегородовой Г.Ю.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» составлена 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.

Структура и содержание рабочей программы соответствует требованиям по подготовке специалистов среднего образования.

Программа содержит:

- паспорт базовой программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов», который определяет область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы, цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля, рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля;

- содержание программы профессионального модуля в разрезе разделов и тем;

- в тематическом планировании содержится объем часов для теоретических и практических занятий, выделено время на самостоятельное обучение;

- условия реализации программы дисциплины;

- контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Построение рабочей программы профессионального модуля соответствует стандарту и содержит все структурные элементы.

Требования к организации контроля и оценке результатов освоения дисциплины.

В программе приведен достаточно полный список учебно-методического обеспечения профессионального модуля.

Исходя из вышеизложенных характеристик, рабочая программа профессионального модуля может быть рекомендована для использования в учебном процессе.

Рецензент:



Руководитель агентства АО ГСК

«Югория» Новокуйбышевского филиала в г.Бузулук

Черкасова В.И.

## Рецензия

на рабочую программу профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»

для специальности: 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)»

составленную преподавателем ПЦК кредитных и страховых дисциплин Бузулукского филиала Финансового университета при Правительстве РФ – Нижегородовой Г.Ю.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» составлена 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.

Структура и содержание рабочей программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» соответствует требованиям по подготовке специалистов среднего образования.

Программа содержит:

- паспорт базовой программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов», который определяет область применения программы, место профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» в структуре основной профессиональной образовательной программы, цели и задачи профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» – требования к результатам освоения дисциплины, рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»;

- содержание программы профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» в разрезе разделов и тем.

- тематическое планирование содержит объем часов для теоретических и практических занятий, выделено время на самостоятельное обучение.

- программа реализуется со следующими условиями - требования к минимальному техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы.

- методы контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов».

Построение рабочей программы соответствует стандарту и содержит все структурные элементы.

Требования к организации контроля и оценке результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов».



В программе приведен достаточно полный список учебно-методического обеспечения профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов».

Исходя из указанных выше характеристик, рабочая программа может быть рекомендована для использования в учебном процессе.

Рецензент:



Преподаватель ПЦК кредитных и страховых дисциплин  
Мартюшева Н.Ш.