

САО «РЕСО - Гарантия»
филиал в г. Пермь
г. Пермь, ул. Екатерининская, оф. 110
т. +7 (342)256-31-15; 256-31-18

Директору Пермского филиала
Финансового университета
к.ю.н. Гоголеву А.М.

Уважаемый Алексей Михайлович!

САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь в лице директора Нечаева С.А. просит выполнить научно – исследовательскую работу на безвозмездной основе по теме «Маркетинговая политика страховщика: влияние на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики» под руководством преподавателя кафедры «Банковского и страхового дела» Пермского филиала Финансового университета В.С. Склифус.

В состав временного творческого студенческого коллектива (далее – ВТСК) для выполнения научно – исследовательской работы включить следующих студентов специальности 38.02.02 «Страховое дело»:

Кичигина Екатерина (316 гр. СД),
Третьякова Ольга (316 гр. СД),
Корепанов Антон (316 гр. СД).

Установить срок выполнения научно – исследовательской работы с 01.11.2022 г. по 28.02.2023 г. Результат работы ВТСК представить на утверждение не позднее марта 2023 года.



Директор
САО «РЕСО - Гарантия»
филиал в г. Пермь

С.А. Нечаев

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на проведение научного исследования

1. Тема НИР «Маркетинговая политика страховщика: влияние на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики».

2. Характер НИР: прикладное научное исследование.

3. Состав научно-исследовательской группы:

Руководитель преподаватель кафедры «Банковское и страховое дело»

Склифус Валентина Семёновна

Студенты 3 курса

Кичигина Екатерина (316 гр. СД),

Третьякова Ольга (316 гр. СД),

Корепанов Антон (316 гр. СД).

4. Наименование заказчика: САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь, представитель заказчика Сергей Анатольевич Нечаев директор САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь.

5. Основание для проведения НИР: письмо – запрос на выполнение научно – исследовательской работы по теме: «Маркетинговая политика страховщика: влияние на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики».

6. Код специальности, по которой проводится НИР 38.02.02 «Страховое дело».

7. Ключевые слова и словосочетания, характеризующие тематику НИР и ожидаемые результаты (разработка маркетинговой политики): отбор рисков, спрос на страховые услуги, ключевые подходы к удовлетворению потребностей клиентов; факторы, влияющие на цену страхового продукта.

8. Дата начала научно-исследовательской работы:

«01» ноября 2022 г.

Срок сдачи законченной научно-исследовательской работы:

«28» февраля 2023 г.

9. Цели, содержание и задачи к проведению НИР.

Цель проекта: выявление факторов, влияющих на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики страховой организации.

Задачи:

- дать понятие продуктовой линейки, его экономических аспектов для удовлетворения потребностей в страховании;
- проанализировать андеррайтерскую политику страховой организации;
- проанализировать нормативно – правовые акты, регламентирующие тарифную политику страховщика.

Содержание проекта: Актуальность исследования. Потребность обусловлена человеческой природой, и, следовательно, не создается обществом или маркетингом, она существует до возникновения спроса, будучи скрытой или выраженной.

Существует различие между потребностями, желаниями и спросом. Желания являются специфическими средствами удовлетворения более глубоких потребностей. Если потребности стабильны и немногочисленны, то желаний много, они меняются, на них постоянно воздействуют социальные силы.

Основной причиной возникновения потребности в страховании является чувствительность к рискам, которая учитывает не только события, произошедшие непосредственно с потребителем, но и с его окружением. В зависимости от личностных характеристик – уровня доходов, образа жизни, образования, социального статуса – потребитель делает выбор в пользу того или иного продукта.

Наиболее весомым фактором при выборе страховой компании для физических лиц является гарантированность выплат. Однако достаточно сложно оценить на основании какой точно информации потенциальный клиент делает вывод о надежности страховой компании - потребители в равной степени учитывают информацию, полученную из средств массовой информации, от знакомых и коллег, а также информацию, предоставленную страховой компанией.

Изучение рынка показывает, что основную значимость при выборе страховой компании имеет деловая репутация страховщика, его информационный образ, стоимость страховой услуги, сроки и полнота урегулирования убытков.

На рынке страхования существует три вида основных мотивов, влияющих на потребительское поведение:

- экономическая выгода;
- обязательное принуждение;
- психологический комфорт.

Как любая услуга, страховой продукт имеет определенную потребительскую ценность или качество. Его можно разложить на несколько составляющих:

1. Востребованность риска.
2. Технические составляющие качества.
3. Качество сервиса.

Потребители также вкладывают в понятие «качество сервиса» свои субъективные ощущения. К ним относятся:

- отзывчивость персонала;
- убежденность персонала в эффективности страховой защиты;
- сочувствие к клиенту.

Высокое качество страховой услуги позволяет страховщику перейти от активного поиска новых клиентов как основы поддержания собственной рентабельности, к опоре на лояльную постоянную клиентуру, с учетом андеррайтинговой и тарифной политики.

10. Ожидаемые результаты НИР: Разработать предложения по повышению качества проводимой маркетинговой политики страховщика.

11. Предполагаемое использование результатов:

- результаты исследования будут представлены на ежегодной научно-практической конференции студентов и преподавателей Пермского филиала Финуниверситета;

- разработанные мероприятия по повышению качества проводимой маркетинговой политики будут использованы в САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь.

12. Итоговые отчетные материалы по выполненной НИР представляются в формате Word, оформленные согласно требованиям технического задания и ГОСТ 7.32-2017;

Презентация основных результатов в формате Power Point, не более 15 слайдов. В презентации должны быть отражены цель, полученные результаты, предложения по их практическому применению



Директор
САО «РЕСО - Гарантия»
филиал в г. Пермь

С.А. Нечаев

« _____ » _____ 2022 г.

Заявка на создание ВТСК

Временный творческий студенческий коллектив по теме «Маркетинговая политика страховщика: влияние на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики».

Информация о научном руководителе:

Склифус Валентина Семёновна, преподаватель кафедры «Банковского и страхового дела» Пермского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Информация об Исполнителях проекта:

Кичигина Екатерина (316 гр. СД),

Третьякова Ольга (316 гр. СД),

Корепанов Антон (316 гр. СД).

Наименование Заказчика: САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь.

Представитель заказчика: Сергей Анатольевич Нечаев, директор САО «РЕСО - Гарантия» филиал в г. Пермь.

Контактные данные заказчика: т. +7 (342)256-31-15; 256-31-18, г. Пермь, ул. Екатерининская, оф. 110, e-mail: perm@email.reso.ru

Заместитель директора по НИР

Пермского филиала к.п.н.

_____ Е.А. Шистерова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«_____» _____ 2022 г.

План - график

выполнения научного – исследовательской работы

на безвозмездной основе по теме «Маркетинговая политика страховщика:
влияние на продуктовую, андеррайтерскую, тарифную политики»..

№ п/п	Содержание	Сроки
1.	Согласование темы	До 14.10.2022 г.
2.	Утверждение темы	14.10.2022 г.
3.	Утверждение задания	01.11.2022 г.
4.	Составление и изучение списка литературы по теме НИР	21.11.2022 г.
5.	Обзор продуктов, реализуемых в «РЕСО-Гарантии»	до 01.12.2022 г.
6.	Литературное и редакционно-техническое оформление работы	до 16.01.2023 г.
7.	Работа над разделами (главами) и устранение замечаний руководителя	до 31.01.2023 г.
8.	Получение отзыва заказчика научного исследования	24.02.2023 г.
9.	Оформление и представление заказчику проекта и презентации исследования	до 28.02.2023 г.
10.	Защита проекта ВТСК	в соответствии с графиком защит, утвержденным Финансовым университетом