

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

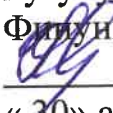
СОГЛАСОВАНО:

Руководитель агентства АО ГСК
«Югория» Новокуйбышевского
филиала в г.Бузулук

 Ильина О.И.
«30»  2024 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора
по учебно – методической работе
Бузулукского филиала
Финансового университета

 Т.В. Круглова
«30» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

по специальности 38.02.02. Страховое 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 Н.И., преподаватель, высшая квалификационная
категория

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

Протокол от « 30 » августа 2024 г. №1

Председатель ПЦК:

 С.В.Кузнецова
(подпись)

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1 Область применения 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):

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

1. Реализация различных технологий розничных продаж в страховании.

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 обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- реализации различных технологий розничных продаж в страховании;

уметь:

- 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 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;
- обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую систему;
- 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;
 - 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 обучающегося 244 часов,

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 162 часа,

самостоятельной работы обучающегося - 82 часа;

производственной практики- 72 часов.

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.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«Реализация различных технологий розничных продаж в страховании».

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов (тем) профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса					Практика	
			Обязательная учебная нагрузка обучающегося		аудиторная		Самостоятельная работа обучающегося	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			
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	72	30	-	36	-	-	-
	МДК 01.03. Интернет продажи страховых полисов (по отраслям)	54	36	20	-	18	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							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 обучающихся	Объем часов
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. Требования к страховой документации и правовое положение агента	<p>Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>12</p> <p>2</p> <p>2</p>
	<p>Практическая работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами. Изучение Закона об Организации страхового дела .Сравнительный анализ особенностей каждой модели агентских продаж исходя из общей логики создания и развития агентской сети.</p>	4
	Самостоятельная работа: Юридический, организационный, социальный,	

	<p>финансово-экономический, психологический и профессиональный аспекты деятельности агента. Правовой статус агента и документы, регламентирующие его деятельность. Организационные формы агентской деятельности. Нормативная база компаний по развитию агентской сети.</p>		
Тема 1. 2 Агентский договор. Порядок заключения агентского договора. Агентский план продаж.	<p>Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i></p>	16	
	<p>1 Основные понятия агентского договора. Условия и функции агентского договора. Правила заполнения и оформления агентского договора. Заключение агентского договора.</p> <p>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. Формирование плана рекрутинга агентов, расчет производительности новых и опытных агентов, разработка агентского плана продаж компании. Агентский план продаж.</p>	6	
	<p>Практическая работа: Порядок оформления и заключения агентского договора</p> <p>Планирование плана продаж страховым агентам</p>	4	
	<p>Самостоятельная работа: 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.</p>	6	
Тема 1.3. Способы планирования	<p>Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i></p>	18	

<p>развития и принципы управления агентской сети. Первичное обучение и методическое сопровождение новых агентов.</p>	<p>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.</p> <p>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. Создание системы обслуживания агентов в компании: материально-техническое, операционное и ИТ-обеспечение агентской деятельности.</p>	<p>8</p>
	<p>Практическая работа: Составление плана развития агентской сети. Работа с программами обучения для начинающих агентов, агентских менеджеров. Планирование деятельности агента.</p>	<p>4</p>
	<p>Самостоятельная работа: 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. Роль агентских продаж в различных видах страхования на примере России.</p>	<p>6</p>
<p>Тема 1.4 Система стимулирования и мотивация агентов. Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения.</p>	<p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>Привлечение в бизнес людей с высоким потенциалом. Основные мотивы, которые влияют на работу страховых агентов. Доверие клиента - основа развития страхового бизнеса.</p> <p>Методологические основы мотивации агентской сети. Подходы к мотивации агентской сети. Доминирующие интересы и мотивационные стимулы различных групп агентов: начинающие агенты, опытные агенты, суперагенты. Модели выплаты комиссионного вознаграждения в зависимости от модели и технологии агентских продаж. Система стипендий и субсидий. Премияльные системы и бонусы. Социальные льготы и компенсации для различных категорий агентов и агентских менеджеров. Программы льготного страхования и ссуды.</p> <p>Материально-техническое обеспечение агентов как мотивационный инструмент.</p>	<p>22 10</p>

	<p>Практическая работа: Разработка методов стимулирования и мотивации агентов.</p> <p>Разработка систем стимулирования для различных групп агентов и агентских менеджеров.</p>	4
	<p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.</p> <p>Нематериальное стимулирование агентов и агентских менеджеров.</p> <p>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.</p>	8
	<p>Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i></p> <p>Заработная плата страховых посредников. Порядок расчета комиссионного вознаграждения. Формы и системы оплаты труда страховых посредников.</p> <p>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.</p>	14
Тема 1.5 Формы и системы труда страховых посредников. Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продаж через них.	<p>Практическая работа: Расчет комиссионного вознаграждения страховым посредникам. Организация продаж при аутсорсинге финансовых консультантов на примере практического опыта.</p>	4
	<p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Нормативная база страховой компании по работе с брокерами. Ключевые преимущества технологии работы с независимыми финансовыми консультантами.</p>	6
	<p>Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i></p> <p>Сущность и значение страховых брокеров Способы привлечения страховых брокеров. Организация работы страховых брокеров. Лицензирование страховой деятельности. Документы, необходимые для получения лицензии страховым брокерам</p>	
Тема 1.6. Характеристика страховых брокеров и особенности их деятельности Лицензирование брокерской деятельности		

Тема 1.7. Основные понятия и виды каналов продаж на страховом рынке	Практическая работа: Разработка и реализация программ по работе со страховыми брокерами	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.	
	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>) Основные понятия и виды каналов продаж на страховом рынке. Характеристика каналов продаж.	
1.8. Банки автосалоны и страховые компании: на главных направлениях сотрудничества.	Практическая работа: Составление программы по работе с различными каналами продаж	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.	
	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>) Роль и значение нестраховых посредников. Банковское, авто страхование: на главных направлениях сотрудничества.	
Раздел II ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»	Практическая работа: 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.	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.	
		108
МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям).		108

<p>Тема 2.1 Теоретические основы разработки бизнес плана открытия точки продаж. Технологии продаж СП с помощью ТП . Теоретические основы разработки бизнес-плана открытие точки розничных продаж;</p>	<p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>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 прямого страхования. Технология продаж страховых продуктов с помощью точек продаж страховых продуктов в других регионах</p>	<p>2</p>
	<p>Самостоятельная работа: 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. Подготовка письменного обращения к клиенту; проведение маркетинговых исследований нового рынка на предмет открытия точки продаж; Выявление основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;</p>	<p>8</p>
<p>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;</p>	<p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>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; 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;</p>	<p>4</p>
	<p>Практическая работа: Составление БП открытие ТП Маркетинговые исследования открытого рынка. Маркетинговый анализ открытия точки продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании; Психология и этика телефонных переговоров; Ведение телефонных переговоров с клиентами; - продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам; 	<p>6</p>

Тема 2.3 Особенности техники продаж при работе с клиентом на ТП. Модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или аутсорсинговая;	<p>Самостоятельная работа: Проработка концептов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.</p> <p>Осуществление телефонных продаж страховых продуктов; Организация работы контакт-центра страховой компании и оценка основных показателей его работы;</p>	2
	<p>Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>Содержание и организация бизнес планирования офиса страховой компании. Разработка бизнес плана по открытию новых подразделений страховых организаций. Теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов; Способы создания системы обратной связи с клиентом;</p>	4
	<p>Практическая работа: 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.</p> <p>Изучение технологии страхования объектов жилого фонда и гражданской ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ. Комплексная системная программа страхования в жилищной сфере.</p>	4
Тема 2.4 Офис продаж СК. Теоретические подходы к оценке характеристик офисных помещений. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества.	<p>Самостоятельная работа: Проработка концептов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Технология продаж полисов через почту, предприятия розничной торговли, ЗАГСы и других сетевых посредников: порядок разработки и реализации. Технология продаж коробочных страховых продуктов через различные каналы продаж на практическом примере.</p>	4
	<p>Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>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.</p>	4
	<p>Практическая работа: Знакомство с программой по вводу ДС Современные подходы к оформлению офиса СК. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества. Расчет отклонений продаж и</p>	2

	отклонений затрат	
	Самостоятельная работа: Проработка комплексов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.	
Тема 2.5 Сегментация страхового рынка и позиционирование товара. Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж.	<p>Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>Сущность и структура страхового рынка. Функции и участники страхового рынка. Сущность, цель и задача сегментации. Принципы сегментации. Позиционирование товара. Восприятие нового страхового продукта. 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.</p> <p>Практическая работа: Выявление основных конкурентов и перспективных сегментов на страховом рынке. Анализ особенностей сегментации страхового рынка. Разработка проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж.</p> <p>Самостоятельная работа: Проработка комплексов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов.</p>	4
Тема 2.6 Реализация принципов Директ - маркетинга Использование Директ – Маркетинга в продвижении страхового продукта. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж, выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка.	<p>Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>Директ – страхование, как технология прямых продаж. Использование директ – маркетинга в продвижении страховых продуктов. Основные понятия Директ-маркетинга. Преимущество и недостатки Директ- маркетинга. Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж. Выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка.</p> <p>Практическая работа: Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Материально-техническое обеспечение и автоматизация деятельности офиса розничных продаж страховой компании.</p> <p>Самостоятельная работа: Проработка комплексов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Формы и методы активизации пассивных розничных продаж в точке продаж: реклама, телемаркетинг, директ-маркетинг и другие.</p>	2

Тема 2.7 Модели реализации Директ – маркетинга. Продажи полюсов на рабочих местах и их поддержка.	<p>Содержание (<i>показывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>Цели Директ – маркетинга Модель реализации Директ – маркетинга. Преимущества технологии ПРМ для предприятия, сотрудников и страховой компании. Содержание технологии продажи полюсов на рабочих местах. Определение перечня перспективных предприятий. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для сотрудников предприятия.</p> <p>Практическая работа: Создание БД потенциальных и существующих клиентов. Способы создания обратной связи с клиентами. Реализация принципов Д-М. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности.</p> <p>Самостоятельная работа: Проработка концептов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Проработка концептов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Модели оптимизации затрат предприятия на страхование: комбинирование корпоративных и индивидуальных взносов. Реализация на предприятии совместных банковско-страховых программ.</p>	4
Тема 2.8 Теоретические основы создания базы данных для потенциальных и существующих клиентов. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности.	<p>Содержание (<i>показывается перечень дидактических единиц</i>)</p> <p>Создание базы данных потенциальных и существующих клиентов СК. Правила оформление и формирования базы данных клиентов страховой компании. Модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или аутсорсинговая. Анализ сильных и слабых сторон различных моделей.</p> <p>Практическая работа: Создание БД потенциальных и существующих клиентов. Способы создания обратной связи с клиентами. Подготовка письменного сообщения клиенту в зависимости от целей и задач директ-маркетинга.</p> <p>Самостоятельная работа: Проработка концептов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Создание базы данных потенциальных и существующих клиентов, аутсорсинг базы данных у директ-маркетингового агентства.</p> <p>- 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;</p>	4

<p>Тема 2.9 Психология и этика телефонных переговоров. Технологии продаж страховых продуктов по телефону. Телефонные продажи страховых продуктов.</p>	Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i>	2
	Технология продаж страховых продуктов по телефону. Психология и этика телефонных переговоров. 10 секретов успешных телефонных продаж. Методы работы с возражениями. Создание многоуровневой системы продаж на предприятии: персональное обслуживание топ-менеджмента и массовые программы для работников на базе корпоративного страхования и корпоративных тарифов.	2
	Практическая работа: Этика телефонных переговоров. Правила ведения телефонных переговоров. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности.	2
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Определение механизма уплаты страховой премии. Оборудование рабочего места продавца страховых услуг и автоматизация продаж.	
	Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i>	2
<p>Тема 2.10 Аутсорсинг-контакт центр продажи страхового продукта. Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы.</p>	Телемаркетинг - маркетинг телефонных переговоров. Значение контакт центра для привлечения клиентов. Технологии телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании.	6
	Практическая работа: Правила и методы работы с возражениями. Методы работы с возражениями	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Определение способов доставки страховой услуги и способов финансовых расчетов. - аутсорсинг контакт-центра;	4
	Содержание <i>(указывается перечень дидактических единиц)</i>	2
	Сущность и значение организационной структуры страховой компании. Общие требования к структуре страховой компании: оптимальность; оперативность; экономичность; надежность. Виды структуры. Продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам.	6
<p>Тема 2.11. Сущность и значение организационной структуры. Принцип создания организационной структуры персональных продаж. Персональные продажи и</p>	Практическая работа: Схема организационной структуры страховой компании	

методическое сопровождение говоров страхования.	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме. Ключевые факторы успеха в подготовке письменного обращения к клиенту. Создание системы обратной связи с клиентом.	4
	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)	
	Содержание учебного материала: Основные правила и принципы создания организационной структуры персональных продаж.	
	Практическая работа: Принципы создания организационной структуры.	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами по данной теме.	2
Раздел III ПМ01. «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании» МДК 01.03. Интернет-продажи страховых полисов.(по отраслям)	Контрольная работа по разделу 2 Прямые продажи страховых продуктов.	54
		54
	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)	8
	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 технологий телефонных продаж: с созданием собственного контакт-центра либо аутсорсинговая модель. Контакт-центр страховой компании: предназначение, состав и организация работы.	
	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.	
	Практическая работа: Анализ сильных и слабых сторон различных	

	моделей. ИТ-обеспечение деятельности контакт-центра как основной фактор успеха телефонных продаж.	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Подготовка презентаций по темам: «Интернет в нашей жизни»; «Современные IT-технологии в страховании». Комбинирование директ-маркетинговой технологии и технологии телефонных продаж.	
Тема 3.2 Сущность и понятие Интернет-страхования. Обновление данных и технологий интернет-магазина.	Содержание (указывается перечень дидактических единиц)	
	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. Создание баз данных по ключевым клиентам. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.	
	Практическая работа: 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.	
Тема 3.3. Значение интернет-бизнеса в современных условиях. Контроль эффективности использования интернет-магазина.	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Подготовка сообщений по темам: «Современный страховой рынок России»; «Страховые рынки стран с развитой экономикой». Сравнительный анализ контакт-центров страховых компаний России	8
		6
	Содержание (указывается перечень дидактических единиц)	4
	Понятие и сущность онлайн-страхования. Цель и задачи онлайн-страхования. Особенности онлайн-страхования. Требования к предоставлению онлайн-страхования, принципы онлайн-страхования. Объекты и субъекты онлайн-страхования. Методика проведения онлайн-страхования. Организация качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги, сопровождения договора страхования и урегулирования убытков.	6

	<p>Практическая работа: Создание организационной структуры персональных продаж. Создание баз данных по ключевым клиентам. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.</p> <p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсы. Работа в онлайн-калькуляторах. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров. Порядок работы персонального менеджера с клиентами компании.</p> <p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>Этапы онлайн-страхования. Виды онлайн-страхования. Формы онлайн-страхования. Основные требования к сайтам. Преимущество и недостатки интернет страхования.</p>	6
Тема 3.4.Преимущество и недостатки Интернет-страхования.	<p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсы. Составить должностные инструкции для специалистов контакт-центра страховой компании.</p> <p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>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.</p>	
Тема 3.5.Барьеры вхождения на рынок интернет-страхования. Интернет –магазины.	<p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсы. Провести анализ деятельности Интернет-магазинов в РФ.</p> <p>Содержание (указывается перечень дидактических единиц)</p> <p>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.</p>	
Тема 3.6. Интернет – сайты страховых компаний.	<p>Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и</p>	

	дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач с помощью онлайн-калькуляторов.	
Тема 3.7. Условия и порядок оформления сайта страховой компании.	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)	
	Параметры оформления сайта страховой компании. Роль и значения сайта при реализации страховых продуктов.	
	Практическое занятие: Практическая работа №1 Оформление сайта страховой компании.	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач с помощью онлайн-калькуляторов.	
Тема 3.8. Условия и порядок оформления онлайн – заявки.	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)	
	Интернет-заявка. Интернет-платеж. Интернет-магазин. Интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж. Данные и технологии с интернет-магазинами. Страховой калькулятор.	
	Практическое занятие: Практическая работа №2 Оформление заказа на сайте страховой компании. Практическая работа №3 Оплата заказа на сайте страховой компании.	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме.	
Тема 3.9. Принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>)	
	Практическое занятие: Практическая работа №4 «Овладение техникой оформления страховых полисов через Интернет». Практическая работа №5 «Расчет стоимости страховых полисов с помощью онлайн-калькуляторов». Практическая работа № 6 «Расчет страховых премий и страховых возмещений через Интернет ресурсы»	
	Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме. Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-	

	ситуаций по теме. Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме. Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме.	
Тема 3.10. Возможности онлайн-страхования. Состав и организация работы с базой данных клиентов.	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>) Структура базы данных. Порядок оформления базы данных через сайт страховой компании. Организация работы с базой данных страховой компании. Практическое занятие: Практическая работа №7 «Составление клиентской базы через Интернет». Практическая работа №8 «Овладение методикой и техникой поиска потенциальных клиентов через Интернет» Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме. Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме.	
Тема 3.11. Факторы роста интернет-продаж в страховании.	Содержание (<i>указывается перечень дидактических единиц</i>) Практическое занятие: Практическая работа №9 «Порядок оформления рекламы на сайте» Самостоятельная работа: Проработка конспектов занятий, работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами. Решение задач и бизнес-ситуаций по теме.	
Учебная практика Виды работ - 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;		

<p>Самостоятельная работа при изучении МДК Проработка конспектов занятий. Самостоятельное изучение учебной литературы, нормативных правовых актов . Решение практических ситуаций.</p> <p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комбинирование директ-маркетинговой технологии и технологии телефонных продаж. 2. Пользователи информации. Причины заинтересованности пользователей в финансовой информации. 3. Написание рефератов по вопросам автоматизации регистрации и обработки документов, в проектных решениях на базах компьютерных систем использование новейших разработок специалистов, позволяющих освободить сотрудников компании от выполнения рутинных операций. Пользователи информации. 4. Причины заинтересованности пользователей в финансовой информации. 5. Изучение возможностей Astra Linux и специализированное программное обеспечение для решения профессиональных задач. 6. Разработка схем –конспектов для закрепления материала и систематизации информации. 7. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. 8. Способы поддержания отношений с клиентами. 9. Потребности и мотивы личности. 10. Факторы успеха страхового агента. 11. Работа с «безусловным согласием». 12. Метод компромисса и поэтапного согласия. 13. Сравнительный анализ показателей страховой статистики разных страховых компаний. 	<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>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;
---	--

<ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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.
ВСЕГО

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

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

Оборудование учебной аудитории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- 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.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативно-правовые акты

1. Конституция РФ, М., «Юридическая литература».
2. Гражданский Кодекс РФ. Полный текст в 3-х частях: М.: (ред. от 02.11.2023 с изменениями, вступившими в силу с 14.11.2023)
3. Налоговый Кодекс РФ. Части I, II. М.: ИНФРА-М, Редакция подготовлена на основе изменений, внесенных Федеральным законом от 28.06.2023 N 134-ФЗ, вступающих в силу с 01.07.2024.
4. Трудовой Кодекс РФ. М., Норма, 2024 г. редакция от 28.06.2024, с последними изменениями.
5. "Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации" от 30.04.2008 N 81-ФЗ 02.2024 Федеральный закон Российской Федерации от 3 февраля 2024 г. N 15-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обеспечения транспортной безопасности".
6. "Воздушный Кодекс РФ" от 19.03.1997 N 60-ФЗ (с изменениями на 20 апреля 2023 года) (редакция, действующая с 21 июля 2023 года).
7. "Таможенный Кодекс РФ" от 28.05.2003 N 61-ФЗ Портал ГАРАНТ.РУ (Garant.ru) зарегистрирован в качестве сетевого издания Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), Эл № ФС77-58365 от 18 июня 2024 г.
8. Федеральный Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 "Об организации страхового дела в Российской Федерации" (с последующими изменениями и дополнениями)
9. Приказ Минфина РФ Утвержден приказом Министерства финансов-Российской Федерации от 2 июля 2023 г. N 100н "Об утверждении правил размещения страховщиками средств страховых резервов" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 30.08.2005 N 6968)
10. Конвенция Организации Объединенных Наций о морской перевозке грузов. (Заключена в Гамбурге 31.03.1978). (Вместе со «Статусом Конвенции Организации Объединенных Наций о морской перевозке грузов 1978 года (Гамбург)» по состоянию на 30 октября 2023г.).

11. Федеральный закон Российской Федерации «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» от 9 июля 1999г. № 160-ФЗ. (Абзац в редакции, введенной в действие с 6 мая 2024 года Федеральным законом от 3 февраля 2024 года N 12-ФЗ).
12. Федеральный закон Российской Федерации «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» от 25 апреля 2023 г. № 40-ФЗ (с последующими изменениями и дополнениями).
13. Положение о таможенном перевозчике. Приказ ГТК РФ №20 от 18.01.94; № 517 от 6.10.1994 «Информация» ФТС России от 06.03.2024 «Об иностранных товарах, доставляемых экспресс-перевозчиками в адрес физических лиц - получателей таких товаров»© КонсультантПлюс, 1992-2024
14. Постановление правительства РФ «О комплексной программе стимулирования отечественных и иностранных инвестиций в экономике РФ от 13.10.1995 (Абзац в редакции, введенной в действие с 6 мая 2024 года Федеральным законом от 02.04 2024 года N 12-ФЗ).
- 15..Доктрина информационной безопасности Российской Федерации

Основная литература

1. Алиев Б.Х., Махдиева Ю.М. Страхование. Учебник. - Юнити-Дана, 2022.
2. Белоусова С.Н. Маркетинг: Учебное пособие.-Ростов н /Д: Феникс, 2023.
3. Березина С.В., Никулина Н.Н. Страхование, теория и практика: Учебное пособие.- Юнити-Дана, 2022.
4. Воронина Л.И. Аудит: теория и практика. – М.: Омега –Л, 2023.
5. Галаганов В.П. Страхование: учебник.-7-е изд., исп. и доп. –М.: Издательский центр Академия, 2024.-384с.
6. Миронова О.А., Азарская М.А. Аудит: теория и методология, 2-е издание, Омега - М, 2022.
7. Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д. Актуарные расчеты в страховании: Учебное пособие. - Юнити-Дана, 2023.
8. Никулина, Н. Н. Страховой менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», (080109) «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Н. Н. Никулина, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 703 с.
9. Никулина Н.Н.. Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 503 с.
10. Парушина Н.В., Суворова С.П. Аудит, практикум. М.: Форум: Инфра-М, 2022.
11. Подольский В.И., Савин А.А. Аудит. Учебник. - М.: Юрайт, 2023.
12. Суйц В.П., Ситникова В.А. Аудит: Учебное пособие – М.: Кнорус, 2023.
13. Фогельсон Ю. Б. Страхование: теоретические основы и практика применения: Монография / Ю.Б. Фогельсон. - М.: Норма: НИЦ Инфра-М, 2023. - 576 с. ЭБС: Znanium.com
14. Эриашвили Н. Д. Никулина, Н. Н. Актуарные расчеты в страховании [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Н. Н. Никулина, Н. Д. Эриашвили. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2022. - 136 с. Гриф.Э БС. Znanium.com
15. Шахов В.В. Страхование. Учебник. - Юнити-Дана, 2023
16. Шихов А.К. Страхование: Учебное пособие для вузов. - М.:ИНФРА - М, 2023.

Дополнительная литература

1. Арм-страховщика руководство пользователя версия 3
2. Годин, А. М. Страхование [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин, С. В. Фрумина. - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2022. - 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, 2023. - 368 с.: ЭБС: Znanium.com

Информационные ресурсы

1. СПС «Гарант»;
2. СПС «Консультант плюс»;
3. www.audit.ru
4. www.consuetant.ru
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.htjn> – 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.shtril> – Общий обзор страхового рынка.
15. <http://www.rgs.ru> – ОАО «Росгосстрах».
16. <http://www.uralsibins.ru> – СГ «УралСиб».
17. <http://www.ingos.ru> – ОАО «Ингосстрах».
18. <http://www.rosno.ru> – РОСНО.
19. <http://www.soglasie.ru> – СК «Согласие».
20. <http://www.reso.ru> – СК «Ресо - Гарантия».
21. <http://www.vsk.ru> – Страховой дом ВСК.
22. <http://www.progress.ru> – ОАО СК «Прогресс - Гарант».
23. <http://gutains.ru> – СК «Гута - страхование».
24. «Обзор страхового рынка» - выходит ежемесячно
25. (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/review.htm>)
26. «Публикации о страховании» – выходят раз в неделю
27. (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/publ.htm>)
28. «Публикации о медицинском страховании» – выходят 2 раза в месяц
29. (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/medpub.htm>)
30. Новостное приложение к «Обзору страхового рынка» «Страхование для всех»
31. (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/news.htm>)
32. «О страховом мошенничестве» - выходит раз в месяц
33. (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/criminal.htm>)
34. «Страховое обозрение» – ориентировано на потребителей страховых услуг, выходит ежемесячно (подробнее см. <http://i-news.narod.ru/inre.htm>)
35. «Публикации о НПФ и пенсионной реформе» – выходят 2 раза в месяц
36. (подробнее см. <http://npfpub.narod.ru>)
37. «Обзор рынка безопасности» - выходит ежемесячно
38. (подробнее см. <http://o-r-b.narod.ru/arhiv.htm>)

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 обеспечение управления», «Психология общения», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и другие.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования экономического профиля, обязательные стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования экономического профиля, обязательные стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля «Ведение бухгалтерского учета и составление отчетности страховой организации» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, обязательных контрольных работы, заслушивания сообщений, докладов, рефератов, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>1</i>	<i>2</i>
Уметь:	
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 и работать с базами данных по банкам; проводить переговоры по развитию банковского страхования; выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты; обучать сотрудников банка; разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками; оценивать результаты различных технологий	Текущий контроль в форме: - опроса; - защиты практических работ; - контрольных работ по темам МДК - экзамен по МДК Зачет по производственной практике Экзамен по профессиональному модулю. внеаудиторная самостоятельная работа

<p>продаж и принимать меры по повышению их качества;</p> <p>составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;</p> <p>проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж;</p> <p>выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;</p> <p>осуществлять продажи полисов на рабочих местах и их поддержку;</p> <p>реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;</p> <p>подготавливать письменное обращение к клиенту;</p> <p>вести телефонные переговоры с клиентами;</p> <p>осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;</p> <p>организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;</p> <p>осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;</p> <p>организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;</p> <p>обновлять данные и технологии интернет-магазинов;</p> <p>контролировать эффективность использования интернет-магазина</p>	
<i>пользоваться нормативными документами, инструкциями, положениями, справочниками в своей профессиональной деятельности;</i>	
<i>пользоваться Интернет-ресурсами;</i>	
<i>обрабатывать информацию на персональном компьютере;</i>	
Знать:	
<p>способы планирования развития агентской сети в страховой компании;</p> <p>порядок расчета производительности агентов;</p> <p>этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными;</p> <p>понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;</p> <p>принципы управления агентской сетью и планирование деятельности агента;</p> <p>модели выплаты комиссионного вознаграждения;</p> <p>способы привлечения брокеров;</p> <p>нормативную базу страховой компании по работе с брокерами;</p> <p>понятие банковского страхования;</p>	

<p>формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет;</p> <p>определение сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, предприятия, туристические фирмы, предприятия розничной торговли, ЗАГСы и т.д.;</p> <p>порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников;</p>	
<p>теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;</p> <p>маркетинговый анализ открытия точки продаж;</p> <p>научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;</p>	
<p>содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;</p> <p>модели реализации технологии директ-маркетинга: собственная или аутсорсинговая;</p> <p>теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;</p> <p>способы создания системы обратной связи с клиентом;</p> <p>психологию и этику телефонных переговоров;</p>	
<p>предназначение, состав и организация работы, ИТ- обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании;</p> <p>особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;</p> <p>продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам;</p> <p>аутсорсинг контакт-центра;</p> <p>способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж;</p> <p>принципы создания организационной структуры персональных продаж;</p> <p>теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги;</p>	
<p>факторы роста интернет-продаж в страховании;</p> <p>интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж;</p> <p>требования к страховым интернет-продуктам;</p> <p>принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся 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
Понимать сущность и социальную значимость профессии «Специалист страхового дела», проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Планировать и организовывать собственную профессиональную деятельность, выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования; – оценка эффективности и качества выполнения.	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при участии в сопровождении договоров страхования;	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные источники.	
Использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.	– применение программных продуктов в процессе проведения инвентаризации имущества и обязательств организации	
Самостоятельно определять задачи профессионального и	– взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения	

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