

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»**

(Финансовый университет)

Бузулукский филиал Финуниверситета

СОГЛАСОВАНО:

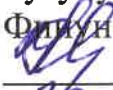
Руководитель агентства АО ГСК
«Югория» Новокуйбышевского
филиала в г.Бузулук

 Ильина О.И.
« » 2024 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора
по учебно – методической работе
Бузулукского филиала
Финуниверситета

 Т.В. Круглова
« » 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»

по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Бузулук - 2024

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

Разработчик:

Нижегородова Галина Юрьевна, преподаватель, высшая квалификационная категория

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

Протокол 30.08.2024 № 1

Председатель предметно – цикловой комиссии  С.В. Кузнецова
(подпись)

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 Страхование дел (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности:

Организация продаж страховых продуктов и соответствующих профессиональных компетенций:

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 студентов в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт: методики проведения анализа основных показателей страхового рынка и эффективности продаж, организации продаж страховых продуктов через различные каналы, оценки влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации, расчета коэффициентов рентабельности каналов продаж.

уметь:

- анализировать основные показатели страхового рынка;
- выявлять перспективы развития страхового рынка;
- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;
- формировать продуктовую стратегию;
- составлять стратегический план продаж страховых продуктов;
- составлять оперативный план продаж;
- рассчитывать бюджет продаж;
- контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры, стимулирующие его исполнение;
- выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;
- проводить анализ эффективности организационных структур продаж;
- организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;

- определять перспективные каналы продаж;
- анализировать эффективность каждого канала;
- определять величину доходов и прибыли канала продаж;
- оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;
- рассчитывать коэффициенты рентабельности;
- проводить анализ качества каналов продаж.

знать:

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

- зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;
- коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;
- качественные показатели эффективности каналов продаж

1.3 Количество часов на освоение профессионального модуля: всего-164, в том числе :

максимальной учебной нагрузки студента - 164 часа,
 обязательной аудиторной учебной нагрузки студента - 110 часов,
 самостоятельной работы студента - 54 часа;
 учебной и производственной практик - 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:

Код компетенции	Наименование результата обучения
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 практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента		Самостоятельная работа студента		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), (в часах) (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовой проект(работы), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 2.1. ПК 2.2.	Раздел 1. «Планирование и организация продаж в страховании»	82	56	20		26		9
ПК 2.3. ПК 2.4.	Раздел 2. «Анализ эффективности продаж»	82	54	20		28		9
	Производственная практика (по профилю специальности)	90						18
	Всего	254	110	40	-	54	-	18
								72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа студента, курсовой проект (работы (если предусмотрены)	Объем в часах
---	---	---------------

I	2	3
Раздел 1 «ПМ02 Планирование и организация продаж в страховании»		34
МДК 02.01 «Планирование и организация продаж в страховании»		52
Тема 1.1 «Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка.»	Содержание	18
	1.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.	2
	2.Анализ по количеству страховых компаний и величине уставного капитала. Макроэкономические индикаторы развития рынка страхования.	2
	3.Место России в мировом страховом рынке. Инвестиционная привлекательность российского страхового рынка.	2
	4.Основные тенденции развития отраслей российского страхового рынка.	2
	5. Характеристика региональной структуры страхового рынка.	2
	6.Оценка размера реального страхового рынка в РФ	2
	Практические занятия	6
	1. Анализ страховых выплат по прямому страхованию и перестрахованию в целом по страховому рынку .	2
	2. Анализ страховых премий (взносов) по прямому страхованию и перестрахованию, выплат по прямому страхованию и перестрахованию по отраслям и формам.	2
	3. Анализ страхового рынка по количеству страховых компаний и величине уставного капитала. Макроэкономические индикаторы развития рынка страхования.	2
	Содержание	14
	1.Современные концепции маркетинга и их практическое применение в деятельности страховых компаний.	2
	2.Содержание транзакционного бизнес-процесса «маркетинг» в страховой компании и его практическое применение.	2
	3.Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений. Создание единой базы данных клиентов в страховой компании.	2
Тема 1.2 «Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж»	4.Формирование сегмента лояльных клиентов и внедрение программ лояльности.	2
	5.Экономическая эффективность работы в клиентоориентированной страховой компании с лояльными клиентами. Признаки клиентоориентированности страховой компании в маркетинге.	2

Тема 1.3 «Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов»	Практические занятия: Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании.	4
	1. Персонализированный учет клиентов.	2
	2. Персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании.	2
	Содержание	12
	1. Роль и место продаж в страховой компании. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных и корпоративных продаж.	8
	2. 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.	2
	3. Реализация стратегии розничных продаж.	2
	4. Роль и место корпоративных продаж в страховой компании.	2
	Практические занятия	4
	1. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. План роста производительности сбытовой сети. Долгосрочный прогноз объемов продаж	2
Тема 1.4 «Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж»	2. Целевая финансовая стратегия: рост объемов продаж или рост прибыли. Ресурсная финансовая стратегия розничных продаж: рост на основе самофинансирования либо на основе привлечения инвестиционных ресурсов.	2
	Содержание	10
	1. Виды и формы плана продаж. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж и их отличие.	2
	2. Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяция, встречное планирование, директивное планирование.	2
	Практические занятия	6
	1. Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж при осуществлении оперативного планирования.	2

	2.Процедуры планирования продаж в страховой компании. Принципы планирования.	2
	3. Контрольная работа по темам дисциплины «Планирование и организация продаж в страховании»	2
	Самостоятельная работа при изучении 1 раздела ПМ 02 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
	Учебная практика Виды работ 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
	Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю Виды работ: 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
	Раздел 2 «ПМ 02Анализ эффективности продаж»	82
	МДК 02.02 «Анализ эффективности продаж»	82
	Тема 2.1 «Контроль исполнения плана продаж и разработка мер, стимулирующих его исполнение»	10
	1.Принципы стратегического учета, его содержание и формы.	2
	2.Порядок организации стратегического контроля в страховой компании.	2

Тема 2.2 «Выбор организационной структуры розничных продаж и анализ ее эффективности»	3.Этапы построения системы сбалансированных показателей	2
	Практические занятия	4
	1. Стратегические ключевые показатели деятельности страховой компании.	2
	2. Организация контроля за выполнением ключевых показателей деятельности страховой компании. Анализ стратегических ключевых показателей деятельности страховой компании	2
	Содержание	12
	1.Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная.	2
	2.Классификация технологий продаж в розничном страховании: по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж.	2
	3.Классификация каналов розничных продаж в страховании.	2
	Практические занятия	6
	1. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж	2
Тема 2.3 «Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж, выявление перспективных каналов продаж, Анализ эффективности каждого канала»	2. Анализ эффективности технологий продаж в розничном страховании	2
	3. Моделирование организационной структуры продаж для конкретной страховой компании	2
	Содержание	10
	1.Понятие и содержание продукт-менеджмента и возможности его реализации в условиях неразвитого страхового рынка.	2
	2. Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности.	2
	3.Прямые и посреднические каналы продаж.	2
	Практические занятия: Сравнительный анализ эффективности каналов продаж, используемых страховыми компаниями.	4
	1. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках.	2
	2.Факторы выбора каналов продаж для страховой компании. (тестирование по пройденным темам)	2
	Содержание	12
Тема 2.4 «Определение величины доходов и прибыли канала продаж.	1.Состав доходов и расходов каналов продаж.	2

Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации»	2.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж.	2
	3.Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж.	2
	4.Ключевые показатели эффективности системы продаж страховой компании.	2
	Практические занятия: Определение финансовых результатов каналов продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	4
Тема 2.5 «Коэффициенты рентабельности. Анализ качества каналов продаж»	Содержание	8
	1.Показатели рентабельности страховой деятельности.	2
	2.Показатели, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика	2
	3.Контрольная работа	2
	Практические занятия	2
	1. Расчет показателей рентабельности страховой деятельности и показателей, характеризующих результаты работы системы продаж страховщика.	2
	Самостоятельная работа при изучении 1 раздела ПМ 02	28
Учебная практика	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 рекламных продуктов в условиях кризиса.Повышение качества страховых услуг. Типологические характеристики продацов страховых услуг, как эффективный инструмент управления лояльностью клиентов. Проблемы внедрения и использования CRM- технологий в страховых компаниях.	9
	Виды работ: 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.	
	Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю	36
	Виды работ: 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).	

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета.

Оборудование кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплекты учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины;
- учебно-методический комплекс «Организация продаж страховых продуктов», рабочая программа, календарно-тематический план;
- библиотечный фонд;
- технические средства обучения:
- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

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. Сплетуков, Ю. А. Страхование : учебное пособие / Ю.А. Сплетуков, Е.Ф. Дюжиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 357 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-017747-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864710>

9. 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>

10. <http://www.cbr.ru> - Банк России: Центральный банк Российской Федерации

11. <http://www.minfin.ru> - Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

12. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

13. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант».

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.: 60х90 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.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-02089-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882997>

Журнал «Современные страховые технологии»

Журнал «Финансы и кредит»

Журнал «Финансы»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

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

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла учебного плана: «История», « Основы философии», «Русский язык и культура речи»; математического и естественнонаучного цикла: «Математика» «Информационные технологии в профессиональной деятельности»;

профессионального цикла:

«Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент», «Финансы, денежное обращение и кредит», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Страховое дело», «Аудит страховых организаций».

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

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Освоенные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.	Сформированное умение осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.	Контрольная работа, практические занятия, тестовая работа, внеаудиторная самостоятельная работа, самостоятельная работа
ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.	Сформированное умение организовывать розничные продажи.	
ПК 2.3. Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.	Сформированное умение реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.	
ПК 2.4. Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.	Сформированное умение Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированные профессиональные компетенции, но и развивать общие компетенции, 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. Текущий контроль в форме: опроса, защиты практических занятий, контрольных работ по темам МДК.
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 документирования и оформления заключаемых договоров оценка эффективности и качества выполнения задач.	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области документирования и оформления заключенных договоров.	

Осуществлять поиск и использование информации необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников, включая электронные.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Работа на компьютерах, использование специальных программ.	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Изучение и анализ инноваций в области документирования и хозяйственных операций.	