

ПРИЛОЖЕНИЕ к  
ОПОП по специальности  
38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых  
продуктов**

для специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

среднего профессионального образования

Разработчики:

Коломиец О.А., преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	3
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	3
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	8
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	21

## 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### ПМ.02 Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована для продолжения обучения на программах профессиональной переподготовки и повышения квалификации. Образование: среднее общее. Опыт работы не требуется.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) **Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Проводить статистические наблюдения в целях выяснения спроса на страховые продукты
ПК 2.2	Проводить анализ предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг
ПК 2.3	Организовывать взаимодействие со страховыми агентами и посредниками
ПК 2.4	Анализировать показатели продаж страховых продуктов
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
<b>ПК 2.1</b>  <b>ОК 01-05</b>	<b>ПО 1</b> Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов	<p>У 1 проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых исследований;</p> <p>У 2 консультировать респондентов по вопросам, связанным с заполнением отчетных документов;</p> <p>У 3 собирать и хранить первичные опросные документы в соответствии с правилами, обеспечивающими сохранность и конфиденциальность первичных статистических данных;</p> <p>У 3 формировать массивы первичных отчетных документов;</p> <p>У 4 контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей;</p> <p>У 5 анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж;</p>	<p>3 1 основные этапы проведения исследования страхового рынка;</p> <p>3 2 нормативные правовые акты и методические документы по проведению анкетирования и интервьюирования в целях сбора первичных статистических и социологических данных;</p> <p>33 нормативные правовые акты и методические документы по обеспечению сохранности первичных статистических данных и их конфиденциальности;</p> <p>34 нормативные правовые акты и методические документы по обработке и хранению статистических данных;</p> <p>3 5 принципы и технику осуществления статистических и социологических опросов различных групп респондентов;</p>
		<p><b>У6 Осуществлять сегментирование страхового рынка(розничных страховых продуктов);(4 часа-МДК 02.01)</b></p> <p><b>У 7 Анализировать и разрабатывать маркетинговую стратегию страховой организации;(4 часа-МДК 02.01)</b></p> <p><b>У 8 разрабатывать маркетинговый план для страховой организации (маркетинг микс)(6 часов-МДК 02.01)</b></p>	<p><b>36 Принципы и технологии сегментации страхового рынка(4 часа-МДК 02.01)</b></p> <p><b>3 7 Виды и классификации маркетинговых стратегий в бизнесе(4 часа -МДК 02.01)</b></p> <p><b>3 8 Теория комплекса маркетинга (маркетинг микс)(6 часов МДК- 02.01)</b></p> <p><b>3 9 Технологии разработки маркетингового плана (разработка и модернизации страхового продукта,</b></p>

		<i>У 9 разрабатывать маркетинговый план для страхового агентства (отдела) с целью выполнения плановых показателей(4 часа- МДК 02.01)</i>	<i>ценообразование, размещение и продвижение продуктов на рынок)(4 часа - МДК 02.01)</i>
<b>ПК 2.2</b> <b>ОК 01-05</b>	<b>ПО 1</b> Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов	У 10 проводить сравнительный анализ страховых продуктов; У 11 оценивать спрос на страховые услуги; У 12 формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента; У 13 разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам; У 14 выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты; формировать организационные структуры управления; У 15 принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	З 10 принципы и технику формирования массивов первичных статистических документов; З 11 методы логического и арифметического контроля качества первичных статистических данных; З 12 методы исследования страхового рынка и модель маркетингового комплекса страховой организации; З 13 конкурентные стратегии страховой организации; З 14 сегментацию страхового рынка и позиционирование клиентов; З 15 процесс разработки страхового продукта; З 16 принципы формирования линейки страховых продуктов;

<p><b>ПК 2.3</b> <b>ОК 01-05</b></p>	<p><b>ПО 1</b> Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов</p>	<p>У 16 осуществлять взаимодействие со страховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации; У 17 осуществлять взаимодействие с нестраховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации; У 18 разрабатывать и реализовывать программы по работе с нестраховыми посредниками; У 19 информировать страховых агентов и посредников о деятельности страховой организации, о страховых продуктах и о правилах страхования; У 20 рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов; У 21 рассчитывать размер вознаграждения агентов; У 22 определять размер мотивационного вознаграждения агентов по результатам работы;</p>	<p>З 17 цель, задачи и содержание страхового менеджмента; З 18 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; З 19 внешнюю и внутреннюю сферу страховой организации; З 20 государственное регулирование страхового бизнеса; З 21 основы управления персоналом страховой организации; З 22 структуру и участников страхового бизнеса; З 23 классификацию страховых посредников; З 24 систему показателей оценки эффективности каналов продаж; З 21 принципы взаимодействия страховой организации со страховыми и нестраховыми посредниками; З 22 принципы построения и управления агентской сетью; З 23 правила делового оборота и корпоративной этики</p>
<p><b>ПК 2.4.</b> <b>ОК 01-05, 09</b></p>	<p><b>ПО 1</b> Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов</p>	<p>У 23 собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; У 24 анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; У 25 рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации; У 26 применять методики определения экономической эффективности производства; У 27 использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические</p>	<p>З 24 методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники; З 25 методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; З 26 классификацию методов и приемов, используемых при анализе финансово-хозяйственной деятельности организации; З 27 порядок ведения договорной работы;</p>

	<p>средства и информационные технологии;</p> <p>У 28 формировать отчеты о продажах страховых продуктов подразделениями страховой организации;</p> <p>У 29 анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации;</p> <p>У 30 анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж;</p> <p>У 31 анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом;</p> <p>У 32 рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж.</p> <p><i>У 33 Анализировать показатели эффективности канала продаж с учетом показателей убыточности, РВД, инвестиционного дохода(12 часов –МДК 02.03)</i></p> <p><i>У 34 Проводить анализ выполнения плановых показателей по продажам и составлять прогноз выполнения плана, разрабатывать плановые показатели на будущие периоды (12 часов-МДК 02.03)</i></p> <p><i>У 35 Проводить оценку эффективности отдельных подразделений/каналов/продавцов и разрабатывать планы мероприятий по развитию продаж и выводу убыточных подразделений в прибыльные(14 часов- МДК 02.03)</i></p> <p><i>У 36 Анализировать и проводить комплексную оценку эффективности деятельности филиала страховой организации. Разрабатывать планы по открытию новых филиалов/региональных представительств страховой организации(14 часов- МДК 02.03)</i></p>	<p>3 28 систему показателей продаж страховой организации;</p> <p>3 29 понятие сбалансированного страхового портфеля страховой организации;</p> <p>3 30 структуру доходов и расходов страховой организации;</p> <p>3 31 показатели оценки эффективности каналов продаж страховой организации.</p> <p><i>3 32 Состав доходов и расходов страховой организации(12 часов –МДК 02.03)</i></p> <p>3 33 Показатели эффективности канала продаж и технология оценки эффективности(12 часов-МДК 02.03)</p> <p>3 34 Анализ финансового отчета страховой организации, годового отчета, формы 2 и формы 1 бухгалтерского баланса(10 часов- МДК 02.03)</p> <p>3 35 Методы финансового анализа(6 часов- МДК 02.03)</p> <p>3 36 Методы планирования и прогнозирования (6 часов- МДК 02.03)</p> <p>3 37 Методы разработки планы мероприятий по развитию продаж(8 часов- МДК 02.03)</p>
--	---	--

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Макс. учебная нагрузка	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		консультации	Промежуточная аттестация		
					Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов			Произв. (по профилю специальности), часов	
					Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.01 Маркетинг страховых продуктов	74	74	22	70	18		4						
ПК 2.2, ПК 2.3 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов	74	74	14	70	20		4						
ПК 2.2 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 05, ОК 09	МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов	102	102	70	84	20	20	12				6		

ПК 2.1 – ПК 2.4 ОК 01 – ОК 07, ОК 09	Производств енная практика (по профилю специальнос ти), часов	72									72		
	Всего:	<b>328</b>	<b>250</b>	<b>80</b>	<b>224</b>	<b>58</b>	<b>20</b>	<b>20</b>			<b>72</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

### 3.2. Содержание обучения профессиональному модулю «Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов»

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)		Самостоятельная работа	Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические		У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Раздел 1 МДК. 02.01 Маркетинг страховых продуктов</b>			70	18	4					
<b>Тема 1.1 Страховой маркетинг: сущность, функции, новые направления</b>	<p>Понятие, функции маркетинга в сфере страхования</p> <p>Концепции и этапы развития страхового маркетинга.</p> <p>Маркетинговая среда страховой организации</p> <p>Маркетинговый комплекс в страховой организации.</p> <p>Новые направления страхового маркетинга и их эффективность</p>	<p><b>Работа 1.</b> Маркетинговый комплекс применительно к конкретному страховому продукту страховой организации.</p> <p><b>Работа 2.</b> Бизнес-процедуры для модели маркетингового комплекса в страховой организации.</p>	6	4		У 1-У5	31-35	1.1	1.2	Проверка выполнения работ 1,2

<p><b>Тема 1.2</b> <b>Планирование страхового маркетинга</b></p>	<p>Цели, задачи, виды планов в страховом маркетинге Сущность, элементы и назначение стратегического планирования в страховой организации. Сущность и характеристика маркетинговых стратегий Влияние бюджетирования на маркетинговое планирование. Текущее и тактическое планирование маркетинга в страховой организации</p>	<p><b>Работа 3.</b> Маркетинговые стратегии ТОП10 страховых организаций. Модели маркетингового планирования в страховой организации. <b>Работа 4.</b> Классы маркетинговых стратегий страховой организации. План коммуникации в стратегии маркетинга страховой организации.</p>	6	4		У 10 – У 15	3 10- 316	1.1	1.2	Проверка выполнения работ 3,4
<p><b>Тема 1.3</b> <b>Маркетинговые исследования рынка страховых услуг</b></p>	<p>Виды маркетинговых исследований в страховании и порядок их проведения Количественные и качественные маркетинговые исследования Сегментирование страхового рынка и позиционирование клиента. Исследование потребительского поведения на страховом рынке</p>	<p><b>Работа 5.</b> Группы страхователей, страховых продуктов и услуг, обладающих определёнными общими признаками. <b>Работа 6.</b> План выборки для сбора первичной маркетинговой информации. Информация для исследования потребительской мотивации в</p>	6	4		У 10 – У 15	3 10- 316	2.3		Проверка выполнения работ 5,6

	Сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации. Прогнозирование вариантов поведения страхователей и способы снижения текучести кадров страховой организации	личном/имущественном страховании.								
<b>Тема 4. Сегментирование и позиционирование страховых продуктов</b>	Понятие и основные критерии сегментирования. Специфика сегментирования в страховом бизнесе. Дифференциация и основные стратегии дифференциации на страховом рынке. Разработка стратегии дифференциации и позиционирования	Работа 7. Сегментирование рынка по страхованию жизни Р	18	2		У6-У9	36-39	1.1	1.2	Проверка выполнения работы 7
<b>Тема 5. Страховой продукт: сущность и особенности разработки</b>	Рынок страховых услуг: структура и виды страхования Страховая услуга и страховой продукт с позиции маркетинга Качество страховой продукции: сущность, система оценочных показателей. Стадии	<b>Работа 8.</b> Динамика, структура и индикаторы страхового рынка. Выявление новых страховых рынков	8	2		У 10 – У 15	3 10-316	1.1	1.2	Проверка выполнения работы 8

	жизненного цикла страховых продуктов Процесс разработки нового и модернизация действующего страхового продукта									
<b>Тема 6. Организационный маркетинг в страховом предпринимательстве</b>	Место организационного маркетинга в общей структуре страхового маркетинга Варианты организационной структуры службы маркетинга в страховых организациях. Права, принципы построения и информационные потребности маркетологов	<b>Работа 9.</b> Конъюнктура страхового рынка (региональный аспект): анализ и прогнозирование.	8	2		У 16-У22	317-323	1.1	1.2	Проверка выполнения работы 9
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении МДК 02.01 «Маркетинг страховых продуктов»</b>										
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Актуальные социально-экономические аспекты развития страхового рынка</li> <li>2. Развитие страховой культуры в российском обществе</li> <li>3. Цифровые технологии в продвижении страховых продуктов банков</li> </ol>										
<b>Раздел 2. Организация продаж страховых продуктов</b>			70	20	4					
<b>Тема 1. Основы страхового предпринимательства</b>	Сущность страхового предпринимательства, связь со страховым менеджментом. Участники страховых отношений и их роль в продвижении страховых продуктов и услуг.	Работа 1. SWOT-анализ страховой организации. Работа 2. Методика и оценка результатов страхового предпринимательства. Работа 3. Конкурентоспособно	10	4		У 23-У 27	324-326	1.1	1.2	Проверка выполнения работ 1-3

	<p>Бизнес-процессы в страховом предпринимательстве. Нормативные требования к продаже страховых услуг. Внутренняя система и внешнее окружение страхового рынка. Конкурентная стратегия страховых организаций</p>	<p>сть страховой организации</p>								
<p><b>Тема 2. Ценообразование в страховании</b></p>	<p>Сущность и виды цен в страховании. Функции цены в страховании. Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе. Модели ценообразования на страховые продукты. Этапы ценообразования в страховом бизнесе. Регулирование страховых тарифов.</p>	<p><b>Работа 4.</b> Влияние различных ценовых и прочих факторов качества страховой продукции на её сбыт. <b>Работа 5.</b> Страховые риски. Расчёт страховых тарифов.</p>	10	4		У28-У33	327-328	1.1	1.2, 1.3	Проверка выполнения работ 4-5
<p><b>Тема 3. Каналы продаж в страховом предпринимательстве</b></p>	<p>Понятие и структура систем продаж в страховом предпринимательстве. Каналы продаж в страховом предпринимательстве. Классификация страховых посредников.</p>	<p><b>Работа 6.</b> Эффективная модель взаимосвязи каналов распространения страховых продуктов страховой организации. Каналы распределения для массовых страховых</p>	12	4		У28-У33	327-328	1.1	1.2, 3.1.	Проверка выполнения работ 6-7

	<p>Агентские сети страховых организаций. Сущность, функции и роль страхового брокера как посредника на страховом рынке</p> <p>Прямые продажи, или директ-маркетинг страховых услуг</p> <p>Комплексный (пакетный) характер продаж страховых продуктов</p>	<p>продуктов страховой организации.</p> <p><b>Работа 7.</b> Индексы активности банковского канала в страхован</p>								
<p><b>Тема 4. Технологии продвижения страховых услуг</b></p>	<p>Бенчмаркинг как технология изучения и применения комплексных страховых решений</p> <p>Мерчандайзинг как направление продвижения страховых услуг. Продажа страховых продуктов сетевым методом</p> <p>Интернет-маркетинг в страховом предпринимательстве.</p> <p>Брендинг как процесс комплексного управления страховыми услугами</p>	<p><b>Работа 8</b></p> <p>Преимущества и недостатки страховой организации перед конкурентами.</p> <p>Источники информации для бенчмаркингвого анализа</p> <p><b>Работа 9</b> Функции и создание бренда страховой организации</p>	8	4		У28-У33	327-332	1.1	3,2	Проверка выполнения работы 8-9
<p><b>Тема 5. Управление продажами страховых услуг</b></p>	<p>Сущность и принципы управления продажами страховых услуг</p> <p>Последовательные этапы сбыта страховых услуг</p>	<p><b>Работа 10</b></p> <p>Сегментация рынка и определение потенциальных клиентов.</p>	10	4		У28-У33	327-332	1.1.	3.1.,3.2	Проверка выполнения работ 10-11

	Характеристика целевых клиентских сегментов. Особенности процесса размещения страховых услуг различным категориям потребителей Организация партнерского размещения страховых услуг	<b>Работа 11.</b> Системы сбыта применительно к основным клиентским группам: определение наиболее эффективных.								
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении МДК 02.02 «Организация продаж страховых продуктов»</b>										
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация и технология эффективных комплексных продаж страховых продуктов.</li> <li>2. Инновации в организации продаж страховых продуктов.</li> <li>3. Развитие рынка электронного страхования.</li> </ol>										
<b>Раздел 3. МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов</b>			84	20	12					
<b>Тема 1. Финансовое планирование и бюджетирование</b>	Финансовый маркетинг в страховании Формирование финансовой стратегии страховщика Финансовое планирование в страховании Финансовый анализ и система ключевых финансовых показателей страховщика Бюджетирование страховой организации	<b>Работа 1.</b> Плановые показатели продаж страховой организации в разрезе видов страхования и каналов продаж. <b>Работа 2.</b> Планирование основных финансовых показателей страховой деятельности филиала страховой организации,	12	6		У 23-У 32	328- 331	1.1	1.2	Проверка выполнения работ 1-3

		<p>страхового агентства. Бюджет доходов и расходов страховщика.</p> <p><b>Работа 3.</b></p> <p>Составление персонального плана продаж представителя страховой организации</p>								
<p><b>Тема 2. Основы анализа продаж страховой организации</b></p>	<p>Основные понятия и содержание анализа продаж в области страхования</p> <p>Анализ заключённых договоров страхования и анализ показателей продаж</p> <p>Анализ эффективности организационных структур розничных продаж страховой компании</p> <p>Анализ эффективности каналов продаж в страховой компании</p> <p>Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации</p>	<p><b>Работа 5.</b> Анализ выполнения плана продаж в разрезе видов страхования.</p> <p><b>Работа 6.</b> Анализ выполнения плана продаж в разрезе каналов продаж и отдельных продавцов</p> <p><b>Работа 7.</b> Анализ показателей пролонгации договоров страхования и развития нового страхового портфеля.</p> <p><b>Работа 8.</b> Оценка выполнения плана</p>	10	8		У 28-У 32	328- 331	1.1	1.2, 3.1.	Проверка выполнения работ 5-8

		продаж и разработка мероприятий по развитию								
<b>Тема 3. Основы анализа продаж продающего подразделения, канала продаж</b>	Организационные структуры страховой организации. Доходы и расходы продающих подразделений. Рентабельность различных каналов и продающих подразделений. Проведение анализа выполнения плановых показателей по продажам и составлять прогноз выполнения плана, разрабатывать плановые показатели на будущие периоды	Работа 8. Разработка организационной структуры филиала страховой организации Работа 9. Анализ выполнения плана региональных подразделений	14	4		У 23-У 32	328-331	1.3.	3.1.,3.2.	Проверка выполнения работ 8-9
<b>Тема 4. Планирование открытия/закрытия продающих подразделений страховой организации</b>	Оценка рентабельности. Планирование и прогнозирование финансовых показателей. Принятие решений об открытии/закрытии филиалов в зависимости от финансового результата деятельности филиала/подразделения.	Работа 10. Разработка стратегического и оперативного плана открытия филиала	28	2		У 33-У36, У 12	332-337	1.3.	3.1.,3.2.	Проверка выполнения работы 10

<p><b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении МДК 02.03 «Анализ продаж страховых продуктов»</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные направления повышения финансовой устойчивости страховых организаций</li> <li>2. Совершенствование системы контроля за деятельностью страховых организаций со стороны Банка России</li> <li>3. Повышение эффективности страховой деятельности страховой организации</li> </ol>	
<p><b>Курсовые работы</b>  <b>Примерная тематика:</b>  Проведение маркетингового исследования рынка страхования средств наземного транспорта (на примере )  Планирование и разработка нового страхового продукта по добровольному медицинскому страхованию (на примере »)  Анализ политики ценообразования на продукты КАСКО (на примере »)  Оценка эффективности каналов продаж по страхованию средств наземного транспорта (на примере )  Оценка эффективности каналов продаж по страхованию имущества физических лиц (на примере страховой компании «)  Разработка перспективных каналов продаж и взаимодействия с посредниками по страхованию имущества физических лиц (на примере »)  Разработка плана по открытию филиала ( на примере)  Организация сегментирования рынка по страхованию жизни (на примере»)  Проведение бенчмаркинга по страхованию средств наземного транспорта (на примере»)  Оценка производительности страховых агентов (на примере »)  Разработка системы стимулирования продающих подразделений филиала (на примере »)  Анализ финансово-хозяйственной деятельности филиала (на примере»)  Конкурентный анализ продуктов по страхованию квартир (на примере»)  Конкурентный анализ продуктов по страхованию строений (на примере»)  Конкурентный анализ продуктов по страхованию критических заболеваний (на примере»)  Разработка перспективного маркетингового плана для филиала (на примере  Разработка программы продвижения продуктов по страхованию жизни (на примере «))  Разработка перспективных страховых продуктов по страхованию жизни (на примере «»)</p>	<p><b>20</b></p>
<p><b>Производственная практика</b>  <b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых обследований;</li> <li>2. контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей;</li> <li>3. анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж;</li> <li>4. проводить сравнительный анализ страховых продуктов</li> <li>5. формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента;</li> </ol>	

6. разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам;
7. выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты;
8. осуществлять взаимодействие со страховыми и нестраховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации;
9. рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;
10. рассчитывать размер вознаграждения агентов;
11. рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации;
12. анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации;
13. анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж;
14. анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом;
15. рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж.

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация рабочей программы учебной дисциплины предполагает наличие учебного кабинета «Страховое дело».

Лаборатория «Офис страховой организации»

**Оборудование учебного кабинета (лаборатории, мастерской, полигон) и рабочих мест кабинета (лаборатории, мастерской, полигона)**

#### **1. Кабинет «Страховое дело»:**

- 1.1. шкаф офисный
- 1.2. посадочные места для обучающихся (столы ученические-11, стулья ученические – 22)
- 1.3. рабочее место преподавателя (стол преподавательский, кресло преподавателя)
- 1.4. компьютеры, подключенные к внутренней информационной сети колледжа с необходимыми офисными программами (15 мест)
- 1.5. столы компьютерные (14 шт.)
- 1.6. стулья крутящиеся (14 шт.)
- 1.7. мультимедийный проектор
- 1.8. экран
- 1.9. доска стеклянная
- 1.10. доска пробковая для информации
- 1.11. раздаточный материал: формы страховых документов
- 1.12. флип-чарт

#### **2. Лаборатория «Учебная страховая организация»:**

- 2.1. шкаф офисный
- 2.2. посадочные места для обучающихся (столы ученические-11, стулья ученические – 22)
- 2.3. рабочее место преподавателя (стол преподавательский, кресло преподавателя)
- 2.4. компьютеры, подключенные к внутренней информационной сети колледжа с необходимыми офисными программами (15 мест)
- 2.5. столы компьютерные (14 шт.)
- 2.6. стулья крутящиеся (14 шт.)
- 2.7. мультимедийный проектор
- 2.8. экран
- 2.9. доска стеклянная
- 2.10. доска пробковая для информации
- 2.11. раздаточный материал: формы страховых документов
- 2.12. флип-чарт

## 4.2. Информационное обеспечение обучения <sup>1</sup>

### 1. Основные источники:

- 1.1. Архипов, А. П. Страховой менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 305 с. – ISBN 978-5-534-15617-1. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/509210>
- 1.2. Архипов, А. П. Финансовый менеджмент страховых организаций: учебник для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. – 2-е изд., перераб.и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 361 с. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/509211>
- 1.3. Бабурина, Н. А. Страховое дело. Страховой рынок России: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Бабурина, М. В. Мазаева. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 128 с. – ISBN 978-5-534-15618-8. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/492343>
- 1.4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 342 с. – ISBN 978-5-534-03924-5. – Текст: электронный // URL: <https://urait.ru/bcode/507803>
- 1.5. Хоминич И.П. Организация страхового дела: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ под редакцией И. П. Хоминич, Е. В. Дик. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 230 с. – ISBN 978-5- 534-01041-1. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/489913>

### 2. Дополнительные источники:

- 2.1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022)). – Текст: электронный – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027).
- 2.2. Закон РФ от 27 ноября 1992 г. N 4015-I «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). – Текст: электронный – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1307](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307).
- 2.3. Страхование: учебник для вузов / Л. А. Орланюк-Малицкая [и др.]; под редакцией Л. А. Орланюк-Малицкой, С. Ю. Яновой. – 4-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 481 с. – ISBN 978- 5-534-12272-5. – Текст: электронный // URL: <https://urait.ru/bcode/476432>
- 2.4. Периодические издания (газеты и журналы): «Страховое дело», «Экономика и жизнь», «Финансовая газета», «Русский полис», «Страховое право», «Финансовый менеджмент».

### 3. Интернет-ресурсы:

- 3.1. Официальный сайт банка России//cbr.ru
- 3.2. Официальные сайты страховых организаций

---

<sup>1</sup> После каждого наименования печатного издания обязательно указываются издательство и год издания (в соответствии с ГОСТом). При составлении учитывается наличие результатов экспертизы учебных изданий в соответствии с порядком, установленным Минобрнауки России. Дается ссылка при использовании ЭБС, электронного УМК на портале колледжа

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля «Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов» является прохождение междисциплинарных курсов «Маркетинг страховых продуктов», «Организация продаж страховых продуктов», «Анализ продаж страховых продуктов» в рамках профессионального модуля.

Перед изучением профессионального модуля обучающиеся изучают следующие учебные дисциплины «Страховое дело», профессиональные модули ПМ 01 «Заключение и сопровождение договоров страхования»

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по учебной дисциплине:

- наличие высшего образования, соответствующего профилю учебной дисциплины;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных<sup>2</sup> организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой  
Преподаватели должны иметь опыт работы в страховых организациях не менее 3 лет

---

<sup>2</sup> Уточнить профиль организации