Аннотация профессионального модуля

*«Реализация различных технологий розничных продаж в страховании (по отраслям)»*

специальности *38.02.02 «Страховое дело»*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС СПО по специальности *38.02.02 «Страховое дело»*

1. **Место модуля в структуре**

Дисциплина относится к профессиональному модулю ПМ.01 ФГОС СПО.

1. **Цель и задачи модуля, требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения модуля студент 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 планирования 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;
* сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;
* 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: собственную и аутсорсинговую;
* теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
* способы создания системы обратной связи с клиентом;
* психологию и этику телефонных переговоров;
* предназначение, состав и организацию работы с базой данных клиентов, 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.
1. **Формируемые компетенции**

ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.5; ПК-1.6; ПК-1.7; ПК-1.8; ПК-1.9; ПК-1.10;

1. **Содержание модуля (содержание разделов дисциплин модуля, разделы дисциплин модуля и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплин модуля и виды занятий)**

*МДК 01.01. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)*

Темы:

1.Производительность и эффективность работы страховых агентов 2.Агентский план продаж

3.Первичное обучение и методическое сопровождение вновь принятых страховых агентов

4.Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения

5.Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них

*МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)*

Темы:

1. Порядок создания и работа с базами данных по банкам, проведения переговоров по развитию банковского страхования

2. Выбор сочетающихся между собой страховых и банковских продуктов. Обучение сотрудников банка порядку реализации страховых продуктов

3. Разработка и реализация программы по работе с сетевыми посредниками

4. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества

5. Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж

6. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия

точки продаж выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка

7. Продажа полисов на рабочих местах и их поддержка

8. Реализация технологии директ - маркетинга и оценка ее эффективности

9. Телефонные продажи страховых продуктов

10.Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы

11. Персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования

МДК 01.03 Интернет - продажи страховых полисов (по отраслям)

Темы:

1.Организация и функционирование интернет - магазина страховой компании

2.Обновление данных и технологий интернет - магазинов

3.Контроль эффективности использования интернет - магазина

1. **Объем дисциплин модуля:**

МДК 01.01 – 95 (в том числе ауд.– 63, см. р. – 30, конс. – 2).

МДК 01.02 – 95 (в том числе ауд.– 63, см. р. – 30, конс. – 2).

МДК 01.03 – 64 (в том числе ауд.– 42, см. р. – 20, конс. – 2).

1. **Форма промежуточного контроля:** экзамен
2. **Семестр**: 4