

Аннотация профессионального модуля  
«Реализация различных технологий розничных продаж в страховании  
(по отраслям)»

специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)»

Рабочая программа профессионального модуля соответствует требованиям  
ФГОС СПО по специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)»

**1. Место профессионального модуля в структуре**

Профессиональный модуль ПМ.01 «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании (по отраслям)» входит в состав профессионального цикла учебного плана по специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям)».

**2. Требования к результатам освоения профессионального модуля**

В результате освоения профессионального 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.

### **3. 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

### **4. 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)**

Тема 1.1. Реализация технологии агентских продаж

Тема 1.2. Производительность и эффективность работы страховых агентов

Тема 1.3 Агентский план продаж.

Тема 1.4. Первичное обучение и методическое сопровождение вновь принятых страховых агентов

Тема 1.5. Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения

Тема 1.6. Реализация технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами

Тема 1.7. Реализация технологии банковских продаж

Тема 1.8. Разработка и реализация программы по работе с сетевыми посредниками

Тема 1.9 Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества

Тема 1.10. Продажи полисов на рабочих местах и их поддержка

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

**Тема 2.1.** Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж

Тема 2.2. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж, выявления основных конкурентов и перспективные сегменты рынка.

Тема 2.3. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности

Тема 2.4. Телефонные продажи страховых продуктов

Тема 2.5. Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы.

Тема 2.6. Персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования

### **МДК 01.03 Интернет - продажи страховых полисов (по отраслям)**

Тема 3.1. Организация и функционирования интернет - магазина страховой компании

Тема 3.2. Обновление данных и технологий интернет - магазинов

Тема 3.3. Контроль эффективности использования интернет – магазина

#### **5. Объем дисциплин модуля:**

МДК 01.01 – 269 (в том числе ауд.– 177, см. р. – 84, конс. – 8).

МДК 01.02 – 95 (в том числе ауд.– 63, см. р. – 26, конс. – 6).

МДК 01.03 – 158 (в том числе ауд.– 104, см. р. – 48, конс. – 6).

Продолжительность учебной практики – 1 неделя, 36 часов

Продолжительность производственной практики (по профилю специальности)– 1 неделя, 36 часов

#### **6. Форма промежуточного контроля:**

МДК 01.01 - дифференцированный зачет

МДК 01.02 - дифференцированный зачет

МДК 01.03 - дифференцированный зачет

Учебная практика – дифференцированный зачет

Производственная практика (по профилю специальности)– дифференцированный зачет

**Семестр 4** – экзамен по профессиональному модулю

#### **7. Семестр: 4**

Разработчик:

Преподаватель техникума Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова Склифус В.С.