

Аннотация профессионального модуля
«Организация продаж страховых продуктов»
специальности 38.02.02 «Страховое дело (по отраслям) (по отраслям)»
Рабочая программа профессионального модуля соответствует требованиям
ФГОС СПО по специальности 38.02.02 «Страховое дело»

1. Место модуля в структуре

Профессиональный модуль ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов» 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 модуля студент должен:

Иметь практический опыт:

- организации продаж страховых продуктов;

Уметь:

- анализировать основные показатели страхового рынка;
- выявлять перспективы развития страхового рынка;
- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;
- формировать стратегию разработки страховых продуктов;
- составлять стратегический план продаж страховых продуктов;
- составлять оперативный план продаж;
- рассчитывать бюджет продаж;
- контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;
- 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 деятельности страховщика;
- 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 реализации страховых продуктов;
- 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: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;
- организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, каналную, продуктовую, смешанную;
- слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;
- модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;
- классификацию 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.

3. Формируемые компетенции

ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4;

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

МДК 02.01 «Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)

Тема 1.1. Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка

Тема 1.2. Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж

Тема 1.3. Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов

Тема 1.4. Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж

МДК 02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)

Тема 2.1. Контроль исполнения плана продаж и разработка мер, стимулирующих его исполнение.

Тема 2.2. Выбор организационной структуры розничных продаж и анализ её эффективности.

Тема 2.3. Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж, выявление перспективных каналов продаж, анализ эффективности каждого канала.

Тема 2.4. Определение величины доходов и прибыли канала продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации.

Тема 2.5. Коэффициенты рентабельности. Анализ качества каналов продаж.

Объем дисциплин модуля:

МДК 02.01 – 117 (в том числе ауд.– 74, см. р. – 33, конс. – 10).

МДК 02.02 – 118 (в том числе ауд.– 74, см. р. – 34, конс. – 10).

Продолжительность учебной практики – 1 неделя, 36 часов

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

5. Форма промежуточного контроля:

МДК 02.01

В 5 семестре – курсовая работа, диф.зачет

МДК 02.02

В 5 семестре – дифференцированный зачет

В 5 семестр - экзамен по профессиональному модулю

Учебная практика – дифференцированный зачет

Производственная практика (по профилю специальности)– дифференцированный зачет

6. Семестр: 5

Разработчик:

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