

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	2
<u>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	5
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	5
<u>2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины</u>	6
<u>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	7
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	15
<u>3.2. Информационное обеспечение обучения</u>	15
<u>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 080118 Страховое дело (углубленная подготовка) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): *Организация продаж страховых продуктов* и соответствующих профессиональных компетенций (ПК): ПК 2.1 – ПК 2.4.

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.

1.2. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля 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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки студента - 537 часов, включая
 обязательной аудиторной учебной нагрузки студента – 394 часа
 самостоятельной работы студента - 143 часа
 учебной практики – 36 часов
 производственной практики - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ***Организация продаж страховых продуктов***

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентом видом профессиональной деятельности *Организация продаж страховых продуктов*, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	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
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 современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.
ОК 6.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 7.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 8.	Грамотно вести переговоры и деловую переписку в рамках профессиональной этики.
ОК 9.	Организовывать и планировать работы малых коллективов исполнителей.
ОК 10.	Работать с общим и специализированным программным обеспечением
ОК 11.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация продаж страховых продуктов

2.1. Тематический план профессионального модуля

Наименования разделов профессионального модуля		Объем времени, отведенный на освоение МДК					
2	3	4	5	6	7	8	9
ПМ 02. Организация продаж страховых продуктов	537						Э
МДК 02.01.Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)	258	172	120		86		Э
МДК 02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям)	171	114	50	20	57	10	
Учебная практика	36	36					ДЗ
Производственная практика	72	72					ДЗ
Всего:	537	394	278	20	143		Эк

3.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины *Организация продаж страховых продуктов*

	<i>Объем часов</i>	<i>УО¹</i>
МДК.02.01. Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)	258	
Раздел 1. Организация планирования и продаж страховании (по отраслям)		
Тема 1.1. Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка	90	2,3
<i>Содержание учебного материала</i>		
Анализ страховых премий (взносов) по прямому страхованию и перестрахованию как в целом по страховому рынку так и по отраслям и формам.	2	2
Анализ 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	2
Место России в мировом страховом рынке. Инвестиционная привлекательность российского страхового рынка. Основные тенденции развития личного страхования в России Основные тенденции развития имущественного страхования в России Основные тенденции развития страхования ответственности в России	2	2
Характеристика региональной структуры страхового рынка.	2	2
Оценка размера реального страхового рынка в РФ	2	2
Оценка рынка страхования какого либо вида (на примере региона)	2	2
Практическое занятие №1,2		
Анализ основных показателей страхового рынка	4	3
Практическое занятие №3,4,5		
Анализ страхового рынка Приволжского федерального округа.	6	3
Практическое занятие №6,7		
Анализ страхового рынка Ярославской области.	4	3
Практическое занятие №8,9		
Анализ страхового рынка Ярославля (или района проживания обучающегося).	4	3
Практическое занятие №10,11,12		
Сравнительный анализ страхового рынка России текущего периода с предшествующим периодом	6	3
Практическое занятие №13,14		
Оценка рынка страхования какого-либо вида (на примере региона)	4	3
Практическое занятие №15,16		

¹ Уровни освоения учебного материала:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Анализ рынка имущественного страхования в России	4	3
Практическое занятие №17,18,19		
Основные события на страховом рынке России. Сравнение российского страхового рынка со странами Центральной и Восточной Европы.	6	3
Практическое занятие №20,21		
Анализ рынка личного страхования в России	4	3
Практическое занятие №22,23		
Анализ рынка страхования ответственности в России	4	3
Самостоятельная работа	30	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы. Подготовка к практическому занятию с использованием методических указаний преподавателя. Изучение законодательного и инструктивного материала по организации посреднических продаж в страховании.	30	
Тема 1.2. Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж	51	2,3
Содержание учебного материала		
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. Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений. Создание единой базы данных клиентов в страховой компании.	2	2
Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании и внедрение программ лояльности.	2	2
Формирование сегмента лояльных клиентов Внедрение программ лояльности.	2	2
Экономическая эффективность работы в клиентоориентированной страховой компании с лояльными клиентами.	2	2
Признаки клиентоориентированности страховой компании в маркетинге.	2	2
Обобщающее занятие (тестирование по пройденным темам)	2	2
Практическое занятие №24,25,26		
Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании.	6	3
Практическое занятие №27,28		
Построение организационной структуры в клиентоориентированной страховой компании.	4	3
Практическое занятие №29,30,31		
Разработка стандартов обслуживания в клиентоориентированной страховой компании.	6	3
Практическое занятие №32,33		
Работа с клиентоориентированными информационными технологиями	4	3
Самостоятельная работа	17	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и	17	

подготовка к их защите. Самостоятельное изучение законодательного и инструктивного материала по темам раздела		
Тема 1.3. Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов	75	2,3
<i>Содержание учебного материала</i>		
Роль и место продаж в страховой компании.	2	2
Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных и корпоративных продаж.	2	2
Логика разработки стратегии продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией. Маркетинговая стратегия продаж.	2	2
Определение целевых клиентских сегментов. Формирование продуктовой стратегии. Формирование стратегии развития каналов продаж.	2	2
Ценовая стратегия в области розничных и корпоративных продаж. Стратегия развития сбытовой сети розничных продаж.	2	2
Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов. План роста производительности сбытовой сети. Реализация стратегии розничных продаж. Долгосрочный прогноз объемов продаж.	2	2
Роль корпоративных продаж в страховой компании. Разработка стратегии корпоративных продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией.	2	2
Место корпоративных продаж в структуре стратегического плана страховой компании. Реализация стратегии корпоративных продаж.	2	2
Стратегия развития сбытовой сети корпоративных продаж. Финансовая стратегия розничных продаж. 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	2
<i>Практическое занятие №34,35</i>		
Формирования продуктовой стратегии	4	3
<i>Практическое занятие №36,37,38</i>		
Формирование стратегического плана продаж страховых продуктов.	6	3
<i>Практическое занятие №39,40,41</i>		
Разработка маркетинговой стратегии розничных продаж	6	3
<i>Практическое занятие №42,43</i>		
Маркетинг «Коробочных» продуктов	4	3
<i>Практическое занятие №44,45</i>		
Анализ менеджмента качества страховой услуги	4	3
<i>Практическое занятие №46,47</i>		
Разработка целевой финансовой стратегии роста объемов продаж	4	3
<i>Практическое занятие №48,49</i>		
Разработка целевой финансовой стратегии роста прибыли	4	3
<i>Самостоятельная работа</i>	25	
Разработка схем – конспектов для закрепления материала и систематизации информации. Составление тематических кроссвордов, тестов. Написание рефератов по вопросам раздела.	25	
Тема 1.4. Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета	42	2,3

продаж		
<i>Содержание учебного материала</i>		
Виды и формы плана продаж. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж и их отличие. Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяция Методы разработки плана и бюджета продаж: встречное планирование директивное планирование.	2	2
Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж при осуществлении оперативного планирования. Процедуры планирования продаж в страховой компании. Принципы планирования.	2	2
Логистика планирования розничных продаж. Органы планирования. Нормативная база страховой компании по планированию в сфере продаж. Контрольная работа по темам раздела 1	2	2
<i>Практическое занятие №50,51,52</i>		
Разработка плана продаж, формирование организационной структуры розничных продаж.	6	3
<i>Практическое занятие №53,54,55</i>		
Модель соотношения центральных и региональных розничных продаж	6	3
<i>Практическое занятие №56,57</i>		
Расчет нормативов в сфере розничных продаж, разработка конкретной технологии продаж	4	3
<i>Практическое занятие №58,59</i>		
Разработка перечня сетевых посредников, разработка письменного обращения к клиенту	4	3
<i>Практическое занятие №60</i>		
Контрольная работа по изученному курсу	2	3
<i>Самостоятельная работа</i>	14	
Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение законодательного и инструктивного материала по организации и анализу продаж в страховании.	14	
МДК.02.01. Анализ эффективности продаж (по отраслям)	171	
Раздел 2. Организация анализа эффективности продаж (по отраслям)		
Тема 2.1 Контроль исполнения плана продаж и разработка мер, стимулирующих его исполнение	18	2,3
<i>Содержание учебного материала</i>		
Принципы стратегического учета, его содержание и формы.	2	2
Порядок организации стратегического контроля в страховой компании.	2	2
Меры, стимулирующие исполнение плана продаж.	2	2
Стратегические ключевые показатели деятельности страховой компании.	2	2
<i>Практические занятия №61</i>		
Организация контроля за выполнением ключевых показателей деятельности страховой компании.	2	3
<i>Практические занятия №62</i>		

Контроль за ходом выполнения плана продаж	2	3
<i>Самостоятельная работа</i>	6	
Подготовка сообщений по изученным тематикам.	3	
Решение ситуаций, задач по темам.	3	
Тема 2.2 Выбор организационной структуры розничных продаж и анализ ее эффективности	45	2,3
<i>Содержание учебного материала</i>		
Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная. Сильные и слабые стороны различных моделей системы продаж.	2	2
Понятие и содержание продакт- менеджмента и возможности его реализации в условиях неразвитого страхового рынка.	2	2
Дивизиональное построение организационной структуры продаж в страховой группе. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж.	2	2
Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности.	2	2
Моделирование организационной структуры продаж для конкретной страховой компании.	2	2
Классификация технологий продаж в розничном страховании по продукту.	2	2
Классификация технологий продаж в розничном страховании по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования.	2	2
Классификация технологий продаж в розничном страховании по каналам продаж.	2	2
<i>Практические занятия №63,64</i>		
Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности.	4	3
<i>Практические занятия №65,66</i>		
Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках.	4	3
<i>Практические занятия №67,68</i>		
Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.	4	3
<i>Практические занятия №69</i>		
Концептуальные особенности применения CONJOINT-АНАЛИЗА в розничном страховании	2	3
<i>Самостоятельная работа</i>	15	
Подготовить сообщения по вариантам: 1)доминирующие интересы и мотивационные стимулы различных групп агентов; 2)Роль наставников и агентских менеджеров в процессе адаптации Составить схему: модели выплаты комиссионного вознаграждения. Подготовить презентацию: «Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, продуктовая, смешанная».	15	
Тема 2.3. Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж, выявление перспективных каналов продаж, анализ эффективности каждого канала	27	2,3
<i>Содержание учебного материала</i>		
Каналы розничных продаж в страховой компании.	2	2

Классификация каналов розничных продаж в страховании.	2	2
Показатели анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках.	2	2
Обобщающее занятие (тестирование по пройденным темам).	2	2
Практические занятия №70		
Сравнительный анализ эффективности каналов продаж, используемых страховыми компаниями.	2	3
Практические занятия №71,72		
Прямые и посреднические каналы продаж. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.	4	3
Практические занятия №73,74		
Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании.	4	3
Самостоятельная работа	9	
Подготовить сообщения по изученным темам. Изучение системы правового обеспечения организации продаж в страховании Сравнительный анализ видов продаж в страховании Разработка схем-конспектов для закрепления материала и систематизации информации Решение ситуаций, задач по темам Составление тематических кроссвордов, тестов	9	
Тема 2.4. Определение величины доходов и прибыли канала продаж. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	27	2,3
Содержание учебного материала		
Состав доходов и расходов каналов продаж. Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж.	2	2
Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж.	2	2
Ключевые показатели эффективности системы продаж страховой компании.	2	2
Практические занятия №75,76		
Определение доходов и расходов каналов продаж.	4	3
Практические занятия №77,78		
Определение финансовых результатов каналов продаж.	4	3
Практические занятия №79,80		
Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации	4	3
Самостоятельная работа	9	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	9	
Тема 2.5 Коэффициенты рентабельности. Анализ качества	24	2,3

каналов продаж		
<i>Содержание учебного материала</i>		
Показатели рентабельности страховой деятельности.	2	2
Показатели, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика.	2	2
Контрольная работа по темам раздела 2 «Анализ эффективности продаж»	2	2
<i>Практические занятия №81,82</i>		
Расчет показателей, характеризующих результаты работы системы продаж страховщика: число пунктов продаж и обслуживания покупателей данных продуктов, удельный вес объема продаж через разные каналы продаж, средний платеж на один договор, убыточность страховых операций.	4	3
<i>Практические занятия №83,84,85</i>		
Расчет показателей, характеризующих результаты работы системы продаж страховщика: объем нового бизнеса за определенный период, маржинальный доход, количество проданных страховых продуктов на одного страхователя, лояльность клиентов, конкурентоспособность тарифов, уровень расходов на продажу, производительность персонала.	6	3
<i>Самостоятельная работа</i>	8	
Разработка схем-конспектов для закрепления материала и упорядочения информации. Подготовить презентацию по изученным темам.	5	
Написание рефератов по вопросам развития системы организации продаж в страховании	3	
Курсовая работа	20	
Выдача задания по темам курсовых работ в соответствии с требованиями ГОУ СПО	2	
Составление плана курсовой работы и списка используемой литературы	2	
Индивидуальная консультация по написанию 1 главы работы	2	
Индивидуальная консультация по написанию 2 главы работы	2	
Анализ собранных студентами материалов	2	
Рекомендации и предложения по рабочему материалу	2	
Изучение и анализ нормативных и правовых документов и актов	2	
Индивидуальная консультация по написанию 3 главы работы	2	
Работа с программой Power Point. Подготовка презентаций. Составление презентации по курсовой работе. (минимум 20 слайдов)	2	
Формулировка выводов по работе (доклад). Рекомендации по написанию курсовой работы. Написание введения и заключения. Предзащита	2	
<i>Самостоятельная работа</i>	10	
Учебная практика - анализ основных показателей страхового рынка; - выявление перспектив развития страхового рынка; составление стратегического плана продаж страховых продуктов; - составление оперативного плана продаж; расчет бюджета продаж; контроль исполнение плана продаж и принятие адекватных мер, стимулирующих его исполнение; - выбор наилучшей в данных условиях организационной структуры розничных продаж;	36	

<ul style="list-style-type: none"> - анализ эффективности организационных структур продаж; - определение перспективных каналов продаж; - анализ эффективность каждого канала; - определение величины доходов и прибыли канала продаж; - оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; - расчет коэффициентов рентабельности; - анализ качества каналов продаж. 		
Производственная практика Виды работ: Анализ основных показателей страхового рынка; Выявление перспектив развития страхового рынка; Применение маркетинговых подходов в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж; Формирование продуктовой стратегии; Составление стратегического плана продаж страховых продуктов; Составление оперативного плана продаж; Расчет бюджета продаж; Контроль исполнения плана продаж и принятие адекватных мер, стимулирующих его исполнение; Выбор наилучшей в данных условиях организационной структуры розничных продаж. Работа с клиентами: их поиск, привлечение и страхование, заполнение полисов по страхованию, предоставление отчетов Изучение страховых продуктов отчет по практике в страховой компании, Проведение анализа эффективности организационных структур продаж; Организация продажи страховых продуктов через различные каналы продаж; Определение перспективных каналов продаж; Анализ эффективности каждого канала; Определение величины доходов и прибыли канала продаж; Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; Расчет коэффициентов рентабельности; Анализ качества каналов продаж. Дифференцированный зачет	72	
ИТОГО	537	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

посадочные места для обучающихся, рабочий стол преподавателя, бланковый материал, комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

персональный компьютер, информационно - справочные программы «Консультант», «Гарант», Интернет-ресурсы.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Основные источники

1. Об организации страхового дела в Российской Федерации. Об основах обязательного социального страхования [Текст]: Федеральный закон. – М.: Ось – 89, 2014.

2. Пенсионное законодательство: Федеральный закон «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» № 173 – ФЗ; Федеральный закон «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации»; Федеральный закон «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» [Текст] – М.: Проспект, 2009.

3. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский учет в страховых организациях [Текст]: учебно - практ. пособие / Н.Л. Вещунова. – М.: Проспект, 2008.

4. Галаганов В.П. Основы страхования и страхового дела [Текст]: учеб. пособие для СПО / В.П. Галаганов. – М.: КноРус, 2009.

5. Денисова И.П. Страхование [Текст]: учеб. пособие для вузов / И.П. Денисова. – Изд. 2-е. – М.; Ростов н/Д: МарТ, 2007.

6. Малкова О.В. Страхование. Практикум [Текст]: учеб. пособие для СПО / О.В. Малкова / Ростов н/Д: Феникс, 2007.

7. Страхование [Текст]: учебник для вузов / под ред. Ю.Т. Ахвледиани, В.В. Шахова. – Изд. 5-е, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

8. Страховые интересы современного общества и их обеспечение. В 2-х томах [Текст]: Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции (Саратов, 5-7 июня 2013 г.). – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2013.

9. Федоров Л.В. Пенсионный фонд Российской Федерации [Текст]: учебник для вузов / Л.В. Федоров. – Изд. 2-е. – М.: Дашков и К, 2013.

Дополнительные источники

1. Периодические газеты и журналы: «Организация продаж страховых продуктов», «Страховое дело», «Экономика и жизнь», «Финансовая газета», «Страховое дело», «Русский полис», «Страховое право», «Финансовый менеджмент».

2. Экономический словарь / под редакцией А. Н. Азраиляна - М.: Институт новой экономики, 2013.

5. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация продаж страховых продуктов» и специальности «Страховое дело (по отраслям)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Бухгалтерский учет в страховых организациях»; «Аудит страховых организаций»; «Экономика организации»; «Налоги и налогообложение», имеющие высшее профессиональное образование.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.	<p>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;</p> <p>методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития; место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;</p> <p>маркетинговые основы розничных продаж;</p> <p>методы определения целевых клиентских сегментов;</p> <p>основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;</p> <p>порядок формирования ценовой стратегии;</p>	<p>Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; контрольных работ по темам.</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю.</p>

Организовывать розничные продажи.	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;	Зачеты по учебной и производственной практикам Дифференцированный зачет по каждому из междисциплинарных курсов.
Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.	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;	
Анализировать эффективность каждого канала 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	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1.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

ОК2.Планировать и организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области налогового учета и налогового планирования оценка эффективности и качества выполнения задач	процессе освоения образовательной программы
ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области налогового учета и планирования налоговой деятельности	
ОК 4.Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	
ОК5.Использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности.	работа на компьютерах, использование специальных программ	
ОК6.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	
ОК7.Ориентироваться в условиях изменений законодательства, количественных и качественных показателей страхового рынка, экономической ситуации в стране.	самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8.Грамотно вести переговоры и деловую переписку в рамках профессиональной этики.	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9.Организовывать и планировать работы малых коллективов исполнителей	Планирование работы малых коллективов исполнителей	
ОК 10.Работать с общим и специализированным программным обеспечением.	изучение и анализ инноваций в области документирования и оформления хозяйственных операций	
ОК 11.Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний	Применять полученные профессиональные знания при исполнении воинской обязанности (для юношей)	

(для юношей)		
--------------	--	--