Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Московский промышленно-экономический колледж
(МПЭК)

Методические указания к практическим занятиям по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

Москва 2018

Составитель/составители: Попова Ж.И

Методические указания рассмотрены и одобрены на заседании Цикловой методической комиссии «Земельно-имущественных отношений» и «Страхового дела»
№ 10 от «26» июня 2018 г.

Председатель Цикловой методической комиссии _____/Меркурьева Л.А./

Заместитель директора по учебной работе _____/И.А. Архищева/

Содержание

1. Пояснительная записка.....4
2. Задания для практической работы…….....6
3. Информационное обеспечение обучения……..64

1. Пояснительная записка

Профессиональный модуль ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании изучается студентами направления подготовки СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям) в течение одного семестра.

Целью освоения профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании является формирование базовых знаний, получения профессиональных навыков организации проведения продаж страховых продуктов.

Состав и содержание практического занятия определяется его ведущей дидактической целью: формирование практических умений.

Состав и содержание практических занятий направлены на реализацию государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников. Они должны охватывать весь круг профессиональных умений, на подготовку к которым ориентирована данная дисциплина и вся подготовка специалиста.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате освоения профессионального модуля 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 по 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.

Освоить общие и профессиональные компетенции

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 информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.
ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.
ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.
ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.
ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.
ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.
ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.
ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.
ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.
ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.

Текущий контроль: выступления и решение задач на практических занятиях; промежуточное тестирование.

Итоговый контроль – квалификационный экзамен.

Формы и методы учебной работы: лекции, практические занятия; решение задач; обсуждение сообщений; тесты; консультации преподавателя; правовой и экономический анализ различных ситуаций.

Критериями оценки результатов практических работ является:

-знание требований нормативно-правовых документов и умение их использовать при решении практических ситуаций

-умение быстро ориентироваться в правовой базе

-грамотно излагать решения по предложенным ситуациям

2. Задания для практической работы

МДК.01.01 Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)

Тема 1.1 Производительность и эффективность работы страховых агентов

Практическое занятие №1.

Тема: Сравнительный анализ особенностей каждой модели агентских продаж исходя из общей логики создания и развития агентской сети.

Цель: проанализировать модели агентских продаж и выявить их особенности

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Сравнительный анализ особенностей каждой модели агентских продаж исходя из общей логики создания и развития агентской сети.

Содержание задания:

Задание 1. Описать технологии продаж страховых продуктов (таблица 1.1):

1) Технология свободных агентов,
2) Технология продаж через агентских менеджеров,
3) Технология продаж через агентства.

Задание 2. Используя материалы официального сайта сравнить по видам страхования и технологиям продаж заключение договоров в страховой компании «ИНГОССТРАХ» и по результатам расчетов написать вывод.

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Таблица 1.1 – Различные технологии продаж страховых продуктов

№ п/п	Виды страхования	Технология свободных агентов		Технология продаж через агентских менеджеров		Технология продаж через агентства	
		Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%	Сумма, т.р.	%
1	Страхование имущества, ВСЕГО - юридических лиц - физических лиц	380970 211115		458000 486520		489000 326000	
2.	Страхование автотранспорта ОСАГО, всего - юридических лиц - физических лиц	452900 554820		685600 596540		570560 560020	
3.	Страхование автотранспорта КАСКО, всего - юридических лиц - физических лиц	584060 458036		723400 524000		780110 614080	
4.	Страхование ответственности	115600		180000		112500	
5.	Ипотечное страхование	-					
	Всего по страховой фирме		**100,0**		**100,0**		**100,0**

Практическое занятие № 2

Тема: Сильные и слабые стороны различных моделей агентских продаж.

Цель: сформировать навыки определения сильных и слабых сторон различных моделей агентских продаж.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. рассмотреть понятия линейных и многоуровневых продаж; определить сильные и слабые стороны этих моделей агентских продаж.

Содержание задания:

Задание 1. Ответить на вопросы:

1. В чем суть линейных продаж страховых продуктов?
2. Содержание многоуровневых продаж.

Задание 2. Заполнить таблицу 2.1:

Таблица 2.1- Сравнительная характеристика линейных и многоуровневых продаж

Линейные продажи		**Многоуровневые продажи**	
Плюсы	**Минусы**	**Плюсы**	**Минусы**

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 1.2. Агентский план продаж

Практическое занятие № 3.

Тема: Планирование плана продаж страховым агентом.
Цель: сформировать навыки планирования плана продаж страховым агентом
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Составить личный план страхового агента (таблица 3.1).
Содержание задания:

Задание 1. Составить личный план страхового агента на плановый период. В чем заключается эффективность плана?

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Таблица 3.1 - Личный план агента

		Всего	**январь**	**февраль**	**март**	**апрель**	**май**	**июнь**	**июль**	**август**	**сентябрь**	**октябрь**	**ноябрь**	**декабрь**
Желаемый заработок	План													
	Факт													
Ср. комиссия	План													
Планируемый объем продаж	План													
	Факт													
АВТО / ГО	План													
	Факт													
КВАРТИРЫ ДАЧИ	План													
	Факт													
МЕДИЦИНА ЖИЗНЬ	План													
	Факт													
ИНДУСТРИЯ	План													
	Факт													
ДРУГОЕ ЛЗ, Туризм	План													
	факт													
Количество договоров	План													
	Факт													
АВТО / ГО	План													
	Факт													
КВАРТИРЫ ДАЧИ	План													
	Факт													
МЕДИЦИНА ЖИЗНЬ	План													
	Факт													
ИНДУСТРИЯ	План													
	Факт													
ДРУГОЕ	План													
	Факт													

Эффективность	План													
	Факт													
Количество встреч	План													
	Факт													
Количество рекомендаций	План													

Практическое занятие № 4.

Тема: Формирование плана рекрутинга агентов.

Цель: сформировать навыки составления плана рекрутинга агентов.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Сформировать план рекрутинга агентов.

Содержание задания:

Задание 1. Процесс рекрутинга является одной из приоритетных задач развития агентских продаж является выстраивание управляемого процесса обновления и прироста агентского корпуса.

Основными условиями количественного развития агентской сети являются:

1_____
2_____
3_____
4_____
5_____
6_____
7_____

Основными составляющими процесса «воспитания» новых агентов являются:

1_____
2_____
3_____
4_____
5_____
6_____
7_____

Воронка рекрутинга - это инструмент планирования процесса набора страховых агентов, цель которого, получение планового количества кандидатов, соответствующих профилю агента.

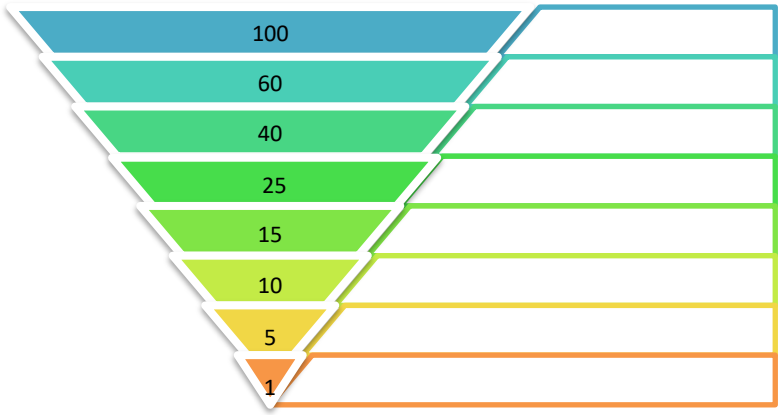
Воронка рекрутинга представляет собой:

1_____
2_____
3_____
4_____

Кроме того, воронка рекрутинга позволяет выявить те из этапов, на которых происходит снижение эффективности и как следствие сверхнормативный
«отсев» кандидатов. В среднем на каждом этапе воронки мы теряем от 50% до 70% кандидатов.

Воронка рекрутинга (схема) Заполните воронку рекрутинга

Количество человек:



Для построения эффективной агентской сети/ агентской группы в филиале необходимо при формировании учитывать следующие стандарты:
Состав агентской группы – 20- 25 чел
Из них

- ✓ Не менее 20% продуктивных агентов (в статусе Профессионал, Наставник, Мастер)
- ✓ 60%- активных агентов (выработка не менее 15 000 руб/мес.)
- ✓ 20%- агенты-стажеры (см. таблицу № 4.1).

Формулы расчета необходимого количества агентов:

Средняя выработка на одного агента = сборы агентской группы за год / количество агентов/12

Расчет оптимального количества агентов на филиал = плановый показатель филиала на год / среднюю выработку на одного агента.

Пример воронки рекрутинга:

Количество Холодных Звонков 100 чел.
Количество приглашенных на очное собеседование 60 чел.
Кол-во пришедших на собеседование 40 чел.
Количество приглашенных на обучение 25 чел.
Количество закончивших обучение 15 чел.
Количество агентов, заключивших агентский договор 10
Количество агентов с продажей 5
Количество продуктивных агентов 1 (приносящих от 75 тыс.руб. и выше в мес. И при этом 40% портфеля не автострахование)

Таблица 4.1 - Нормативы для присвоения статуса страховым агентам.

Параметры	**Нормативы**				
	Статусы агентов				
	«Стажер»	**«Агент»**	**«Профессионал»**	**«Наставник»**	**«Мастер»**

Размер страховой премии по договорам страхования, заключаемым Страховым агентом в месяц должен быть не менее (руб.)	**10 000 (*1 месяц работы)* 20 000 *(2 месяц работы)* 25 000 *(3 месяц работы)***	**15 000**	**75 000**	**130 000**	**400 000**
Объем страховой премии по договорам страхования, заключаемым по видам страхования иным, чем КАСКО, ОСАГО в месяц должен быть не менее установленного в % от общего объема страховой премии по договорам страхования, заключенным Страховым агентом в месяц.	-	-	**20% (не менее 15 000)**	**40% (не менее 52 000)**	**40% (не менее 160 000)**

Основные ошибки менеджера при телефонном интервью.

Основные ошибки	**Рекомендации**
Предоставление большого объема информации (подробное обсуждение условий работы, объемов продаж и проч.)	
Нет заинтересованности в соискателе (недоброжелательный вялый голос)	
Предоставление несоответствующей действительности информации	
Уговаривание либо спор с соискателем	
• Подробная презентация Компании или условий работы • Спор с Кандидатом, навязывание своего мнения • Передача контроля беседы Кандидату РЕЗУЛЬТАТ – Подмена Цели **<u>Основная причина неудачи:</u>** Нежелание делать телефонные звонки	**<u>Основная причина успеха:</u>** Количество сделанных телефонных Звонков

<u>Ответы на наиболее распространенные вопросы кандидатов.</u>

Вопросы кандидата	**Возможные ответы**
Как происходит поиск клиентов, если у меня нет опыта?	

Насколько реально я могу найти клиентов?	
Сколько я буду зарабатывать?	
Что такое комиссионное вознаграждение?	
Каков % от суммы договора я получу.	
Вопрос, на который Вы не знаете ответа	
Вопросы кандидата	**Возможные ответы**
Это работа в офисе? Где я буду работать? Есть ли рабочее место, куда можно привести клиента?	
Это работа вне офиса?	Как правило, встреча с клиентом происходит на его территории. В основном наши агенты заключают сделки в удобном для клиента месте.
Есть ли перспектива карьерного роста?	Да, и компания в этом заинтересована. Вы можете стать в дальнейшем руководителем наших страховых агентств. Компания уделяет большое внимание развитию и росту своих сотрудников.
Я буду оформлен по трудовой книжке? Мне будут оплачивать отпускные, больничный?	Да. Это возможно, но позже. В начале работы страховой агент - это сотрудник компании, который работает на основании договора гражданско-правового характера. При этом сохраняется отчисление в пенсионный фонд. Вы можете взять отпуск в любое удобное для Вас время. Однако в случае достижения определенного уровня продаж компания может предложить Вам заключение трудового договора. Об этом вы сможете узнать более подробно при встрече на собеседовании.

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 1.3.
Первичное обучение и методическое сопровождение вновь принятых страховых агентов

Практическое занятие № 5.
Тема: Организация деятельности компании по развитию агентской сети.
Цель: сформировать навыки организации деятельности компании по развитию агентской сети.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Решить задачи.
Содержание задания:

Задание 1.
Вы работаете в страховой фирме РЕСО-гарантия, менеджером по работе с агентами. Вам необходимо составить пример получения рекомендаций, о наборе кандидатов в страховые агенты.

Задание 2.
Вы работаете в страховой фирме «Ингострах», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать текст обращения для рассылки по корпоративной почте штатным сотрудникам с просьбой порекомендовать своих знакомых и других людей для работы страховым агентом.

Задание 3.
Вы работаете в страховой фирме «МАКС», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать сценарий звонка для приглашения на собеседование новичка.

Задание 4
Вы работаете в страховой фирме «РОСГОССТРАХ», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать сценарий звонка для приглашения на собеседование опытного агента и агента ушедшего из страховой фирмы.

Задание 5.
Вы работаете в страховой фирме «Альфа-страхование», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать сценарий приглашения на собеседование кандидата в агенты для размещения этого объявления в средствах массовой информации.

Задания 6.
Вы работаете в страховой фирме «РОСНО», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать текст сообщения для рассылки по поиску кандидатов через социальные сети.

Задание 7.
Вы работаете в страховой фирме «ВСК», менеджером по работе с агентами. Вам необходимо создать текст приглашения о сотрудничестве с другими компаниями.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в

установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 6

Тема: Рекрутинг агентов: Источники, формы, и методы.

Цель: сформировать навыки построения организационной структуры.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. На основе приведенных рекомендаций сделать соответствующие записи об источниках, формах и методах рекрутинга.

Содержание задания:

Задание 1. На основе приведенных рекомендаций сделать соответствующие записи об источниках, формах и методах рекрутинга

Рекомендации Агентов (регулярные беседы с агентами)

Пример получения рекомендаций:

Я сейчас расширяю свою агентскую группу и хочу попросить тебя (Вас) порекомендовать мне твоих (Ваших) знакомых, я бы хотел(а) позвонить им, назначить встречу, сослаться на твою (Вашу) рекомендацию! Скажи(те) кто из твоих (Ваших) знакомых наиболее активен и имеет большой круг общения?

Кто из твоих (Ваших) знакомых работает или работал в Страховых компаниях в качестве страхового агента?

Кому из твоих (Ваших) знакомых могла бы быть интересна профессия страхового агента или возможность иметь дополнительный доход?

Вы можешь(те) предварительно переговорить с ними самостоятельно и сообщить о том что я буду им звонить. Ты (Вы) можешь(те) дать их контакты? Спасибо!

Рекомендации штатных сотрудников филиала

Пример взятия рекомендаций.

Добрый день коллеги! В рамках проекта «ВСК – агентская компания» проводиться дополнительный набор страховых агентов. Если среди Ваших друзей и знакомых есть активные люди с большим кругом общения, страховые агенты других страховых компаний или люди, которые хотели бы иметь дополнительный доход, пожалуйста, передайте нам контактную информацию о них (имя и телефон сотрудника отвечающего за набор агентов вашем филиале). Она (он) свяжется с ними для назначения встречи, сославшись на Вашу рекомендацию. Или можете предварительно переговорить со своими знакомыми самостоятельно и сообщить о том, что им будут звонить из Страхового дома ВСК по вакансии Страхового агента. Спасибо за помощь!

Требования к кандидатам:

- Предпочтительный возраст: 23-55 лет
- Образование (не ниже среднего специального)
- Опыт работы: в страховой компании, компании сферы услуг или продаж, либо опыт независимой предпринимательской деятельности.
- Большой круг контактов

Рекомендации клиентов (в процессе общения с клиентами)

При работе с клиентами мы так же можем предложить им работу «страхового агента» при соответствии «профилю агента» и интереса клиента к профессии. Попросите своих агентов давать

Вашу контактную информацию таким клиентам. Позаботьтесь о том, чтобы у ваших агентов всегда были рекламные материалы профессии страхового агента и ваши визитки.

Рекомендации близких, знакомых

Попросите Ваших знакомых порекомендовать Вас своим друзьям, которым сейчас нужна работа или тех, кому может быть интересна профессия страхового агента! Или просто попросите их дать Вам номера телефонов этих людей. Таким образом, Вы сможете рекрутировать несколько десятков агентов! Помните, что Вы даете людям работу или возможность иметь дополнительный доход, так и скажите своим друзьям, и тогда они с радостью представят Вас нескольким людям.
Договоритесь с Вашими знакомыми, чтобы они организовали для Вас встречу с сотрудниками компании, в которой они работают. В виде презентации в офисе компании или индивидуальной встречи, расскажите сотрудникам о профессии страхового агента, о тех возможностях, которые она открывает! И вперед, оформляйте агентские договоры и помогайте людям зарабатывать деньги!

Работа с «центрами влияния», или «люди - записные книжки»

«Центр влияния» – это человек, который занимает авторитетное положение в обществе, знает много людей и может дать информацию о качественных кандидатах в страховые агенты. Хороший «центр влияния» не только может, но и хочет помочь в найме новых агентов.

Центрами влияния могут являться:

- Педагоги
- Медицинские работники
- Выпускники ВУЗов
- Представители местной администрации
- Сотрудники ЖЭКов
- Сотрудники отделений связи и банков
- Председатели дачных кооперативов и т.п.

Таким образом, ключ к успеху лежит в способности менеджера найти таких людей и убедить их сотрудничать.

Встречи с потенциальными кандидатами, представителями профессиональных рынков

Не забудьте, что ваши новые знакомые – тоже потенциальные агенты или источник рекомендаций! Смело знакомьтесь с новыми людьми! Помните! Страхование необходимо ВСЕМ! И поэтому многие могут стать потенциально успешными агентами. Как их найти? Есть множество способов познакомиться с людьми, не вызывая у них негативной реакции, а наоборот, производя впечатление серьезного делового человека! Старайтесь избегать отрицаний в Вашем общении с кандидатом – позитивные вопросы и утверждения создают атмосферу взаимного доверия! Так, посещая кафе, рестораны, магазины, фитнес залы, помните – вокруг Вас уже есть потенциальные агенты!

Входя «с улицы» неразумно пытаться сразу начинать что-то предлагать – это слишком жесткий подход, человек будет ощущать давление и, инстинктивно защищаться от Вас. Действуйте мягче. Поздоровайтесь, представьтесь, начните с комплимента профессиональным компетенциям потенциального кандидата и улыбайтесь! Доброжелательная улыбка помогает расположить собеседника и может являться хорошим началом диалога.

Пример предложения работы Страхового агента.

Пример:

- Я какое-то время наблюдал за вами и увидел, что некоторые ваши качества

могут позволить вам добиться серьезного успеха в жизни. Вы прекрасно общались с клиентами. Мне кажется, вам удается добиваться поставленных целей.

- Вы так хорошо меня проконсультировали и помогли выбрать именно то, что мне нужно!
- Спасибо! После нашего общения, я вижу вы действительно профессионал своего дела!

Далее мы задаем вопрос:

- Вам нравится Ваша работа?
- Вы планируете заниматься только этим всю жизнь?
- Скажите, хотели бы вы иметь дополнительный доход, не делая финансовых вложений?

После этого мы совсем коротко рассказываем о своем предложении, и если видим заинтересованность потенциального кандидата, предложите назначить встречу на удобное для него время – и дайте выбор. Такой разговор не слишком давит и вызывает уважение к Вам, как к профессионалу! Сделайте так, и Вы увидите, что кандидат сам назначит Вам встречу, причем, **прямо сейчас**! Он просто скажет: «Раз Вы здесь, может, расскажете…» И это уже приглашение к равноправному сотрудничеству! Действуйте!

Представителями профессиональных рынков могут являться:

- Продавцы
- Предприниматели
- Сотрудники сферы услуг
- Люди, на первый взгляд, обладающие компетенциями агентов

Задание 2. Заполнить таблицу 6.1 – Планирование деятельности агента. Занести в таблицу 50 контактов. Заполняя таблицу, руководствуйтесь ответами на следующие вопросы:

1. Кого я знаю по школе и институту?
2. Кого я знаю из бывших и настоящих соседей?
3. С кем я знаком как автолюбитель?
4. С кем я знаком через моих детей?
5. С кем я знаком по спорту, хобби, отдыху?
6. С кем я знаком в связи с деятельностью моего супруга?
7. Кого я знаю из врачей, юристов, бухгалтеров?
8. Кого я знаю благодаря рекомендациям?
9. Кого я знаю из сферы обслуживания?

Таблица 6.1 – Планирование деятельности агента

Заполняется самостоятельно					
Персона: Д – друг; Род – родственник; ДС – друг семьи; С – сосед; РДД – родитель друзей детей; КУ – компаньон по увлечению; З – знакомый; К – коллега; Р – работодатель; ПБ – партнер по бизнесу					
№ п/п	**Ф.И.О.**	**Телефон (контактные данные)**	**персона**	**возраст**	**Профессия, место работы**
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 7

Тема: Обучение агентов и сотрудников подразделений компании по работе с агентами.

Цель: сформировать навыки по обучению агентов и сотрудников подразделений компании по работе с агентами.

Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Ответить на вопросы.
Содержание задания:

Задание 1.
Сотрудников страховой компании можно условно разделить на 2 категории:
Какие это категории?

Задание 2.

Процесс подготовки и развития кадров в страховой кампании можно разделить на 2 вида:
1._____
2. _____.
Обратимся к подготовки агентов - новичков. При организации процесса подготовки начальник отдела обучения, или менеджер по персоналу, который занимается вопросами подготовки страховых агентов должен учитывать следующие основные моменты:
1._____;
2. _____;
3._____;

Задание 3.

Наиболее частыми встречающимися на практике группы методов отбора кандидатов являются:
1. Анализ анкетных данных. Для чего оно проводится _____
_____
2. Собеседование . Какова его цель _____
_____
3. Тестирование. Для чего проводится _____
_____

Задание 4.

Адаптация нового сотрудника к должности и организации предполагает:
1._____;
2. _____;
3._____;
4._____;
5._____;
6. _____;
7._____;

Задание 5. Заполните таблицу

Обучения с отрывом от работы		**Обучение на рабочем месте**	
Преимущества	Недостатки	Преимущества	Недостатки

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 1.4. Разработка системы стимулирования агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения

Практическое занятие № 8

Тема: Методологические основы мотивации агентской сети.
Цель: сформировать навыки разработки методов мотивации развития агентской сети.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание.
Содержание задания:

.

Задание 1. В работе агента есть 3 четко отличающихся друг от друга этапа, наличие которых должна учитывать система мотивации. Ответьте на вопросы

1 этап сотрудничества компании и агента стандартен – обучение. Напишите что по вашему мнению оно предполагает.

На 2 этапе - это реальный агент на этапе вхождения в профессию. В чем заключается этот этап.

Третий этап наступает, когда агент уже начинает работать всерьез., Напишите какая у него мотивация.

Задание 2. Приведите примеры по каждому виду мотивации.

Мероприятия по мотивации, проводимые страховой компанией по своей значимости для агентов могут быть:

1. Экономическая мотивация.
2. Социальная мотивация (приглашение в совет агентов, льготное страхование и т.д.).
3. Конкурсы и акции.
4. Возможность карьерного роста.
5. Имиджевая мотивация (знаки отличия, доска почета, вручение грамоты)
6. Участие в корпоративных праздниках.
7. Обучение за счет компании.

Задание 3. Объясните формы мотивации

1. Косвенная мотивация –
2. Организационная -.
3. Моральная -
4. Материальная-

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 9

Тема: Модели выплаты комиссионного вознаграждения.

Цель: сформировать навыки построения модели выплаты комиссионного вознаграждения.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание.

Содержание задания: Решить ситуационные задачи, используя справочную информацию о размере комиссионного вознаграждения (таблица 9.1).

Таблица 9.1 - Размер комиссионного вознаграждения в страховой компании ОАО «Альфа-страхование»

№	Наименование вида страхования	Размер комиссионного вознаграждения в, %
1.	Страхование автоКАСКО и дополнительного оборудования	18%
2.	Обязательное авто страхование ОСАГО	8%
3.	Добровольное автострахование ДГО осуществленное совместно с авто КАСКО И ОСАГО в ОАО «Альфа-страхование»	16%
4.	Автострахование ДГО, осуществленное совместно с ОСАГО и авто КАСКО другой страховой фирмой	0%
5	Страхование от несчастных случаев	23%
6	Страхование имущества предприятий	20%
7.	Страхование имущества физических лиц	22%
8	Транспортное страхование грузов	24%
9.	Страхование жизни и здоровья граждан, выезжающих за рубеж.	18%
10	Ипотечное страхование	26%
11	Страхование профессиональной ответственности, ответственности нотариуса, и аудитора	24%
12	Страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные производственные объекты	18%

Ситуация 1.

Агент Ивашкова А.А. заключила за месяц 3 договора Автокаско (средняя цена 1 договора 36000 рублей), 3 договора ОСАГО (средняя цена 1 договора – 3340 руб.), а также 1 договор страхования имущества – дача у клиента (средняя цена 1 договора – 15000,0 руб.) и 1 договор страхования от несчастного случая (средняя цена 1 договора – 3000 рублей).

Определите размер комиссионного вознаграждения.

Ситуация 2.

Агент Лукиных В.И. в страховой фирме «Альфа-страхование» проработала первый месяц. Он оказался самым трудным, но она заключила 4 договора страхования от несчастного случая (средняя цена 1 договора 25000 руб.), и 3 договора страхования имущества с юридическим лицом (средняя цена 1 договора 320000,0 руб.).

Определите размер комиссионного вознаграждения агента.

Ситуация 3.

В страховой компании уже 3 года работает Миронов В.Г.. В феврале текущего года он заключил 5 договоров ОСАГО (средняя цена 1 договора 4200 руб.), 2 договора страхования профессиональной ответственности нотариуса (средняя цена 1 договора 150000,0 руб.) и 2 договора автострахования ДГО (средняя цена 1 договора 600,0 руб.), причем ОСАГО и авто КАСКО данный клиент имеет в другой страховой компании «МАКС».

Определите размер комиссионного вознаграждения полученного агентом Мироновым В.Г.

Ситуация 4.

Менеджер агентской группы Листьева М.Г. заключила договоры страхования по следующим видам:

- 4 договора страхования детей от несчастных случаев (средняя цена 1 договора 20000,0 руб.)
- 6 договоров страхования имущества предприятий (средняя цена 1 договора 125200,0 руб.)
- 5 договоров страхование имущества физических лиц – дачи, квартиры, коттеджи (средняя цена 1 договора 27800,0 руб.)
- 2 договора транспортного страхования грузов (средняя цена 1 договора 43200,0 руб.)

Определите размер комиссионного вознаграждения полученного менеджером агентской группы Листьевой М.Г.

Ситуация 5.

В страховую компанию «Альфа-страхование» устроилась на работу Дятлова М.А. Она заключила за месяц 1 договор автоКАСКО (средняя цена 1 договора 23600,0 рублей), 4 договора ОСАГО (средняя цена 1 договора – 4130,0 руб.), а также 1 договор страхования имущества юридического лица (средняя цена 1 договора – 95000,0 руб.) и 5 договоров страхования детей от несчастного случая (средняя цена 1 договора – 2500,0 рублей).

Определите размер комиссионного вознаграждения Дятловой М.А.

Ситуация 6.

В страховой компании «Альфа-страхование» работает агент Смирнова В.О. У нее друзья в марте купили квартиру по ипотеке и заключили 1 договор ипотечного страхования жилья (средняя цена 1 договора – 1800500,0 рублей). В этом же месяце к ней обратилась компания «Транзит Европа-Азия» для заключения 3 договоров страхования грузов (средняя цена 1 договора – 22500,0 рублей). На 8 марта сотрудник Альфа-банка уезжает за границу по туристической путевке в Испанию. Он застраховал свою жизнь и здоровье и супругу в страховой компании «Альфа-страхование» (средняя цена 1 договора – 30000,0 рублей). Итого за месяц агент Смирнова В.О. заключила 6 договоров страхования по разным видам.

Определите размер комиссионного вознаграждения у агента Смирновой В.О. за март месяц.

Ситуация 7.

Страховой агент Чернышова А.К. работает в авто салоне «Тойота ЦЕНТР». За апрель месяц она заключила следующие договоры:

- 8 договоров обязательного ОСАГО (средняя цена 1 договора – 4240,0 рублей)
- 6 договоров авто КАСКО и дополнительного оборудования (средняя цена 1 договора – 35620,0 рублей),
- 5 договоров ДГО осуществленное совместно с авто КАСКО И ОСАГО в ОАО «Альфа-страхование» (средняя цена 1 договора – 600,0 рублей).
- 3 договора ДГО, осуществленное совместно с ОСАГО и авто КАСКО с другой страховой фирмой (средняя цена 1 договора – 600,0 рублей).

Определите размер комиссионного вознаграждения у агента Чернышовой А.К. за апрель месяц текущего года.

Ситуация 8.

В страховую компанию «Альфа-страхование» принята на работу агентом молодой преподаватель Ильиных В.И. В сентябре у нее ребенок пошел в первый класс и родителям учащихся, было предложено оформить договор страхования детей от несчастного случая. Откликнулось 12 человек для заключения договоров страхования детей от несчастного случая (средняя цена 1 договора – 2500,0 рублей). В этом же месяце школа оформила 1 договор страхования оргтехники и имущества (средняя цена 1 договора –31000,0 рублей).

Определите размер комиссионного вознаграждения у агента Ильиных В.И. за сентябрь месяц текущего года.

Ситуация 9.

В страховой компании 2,5 года работает Матвеев В.Г. В октябре текущего года он заключил 3 договора страхования профессиональной ответственности нотариуса (средняя цена 1 договора 45500,0 руб.) и 2 договора авто страхования ДГО (средняя цена 1 договора 600,0 руб.), причем ОСАГО и авто КАСКО данный клиент имеет в другой страховой компании «РЕСО - гарантия», 3 договора страхования жизни и здоровья граждан, выезжающих за рубеж (средняя цена 1 договора –22000,0 рублей), 5 договоров страхования детей от несчастных случаев (средняя цена 1 договора 10000,0 руб.).

Определите размер комиссионного вознаграждения полученного агентом Матвеевым В.Г.

Ситуация 10.

Агент Изотова В.В. заключила за месяц 6 договоров автоКАСКО (средняя цена 1 договора 31000,0 рублей), 2 договора ОСАГО (средняя цена 1 договора – 4500 руб.), а также 1 договор страхования имущества юридических лиц (средняя цена 1 договора – 65000,0 руб.) и 6 договор страхования детей от несчастного случая (средняя цена 1 договора – 3000 рублей).

Определите за месяц размер комиссионного вознаграждения к агента.

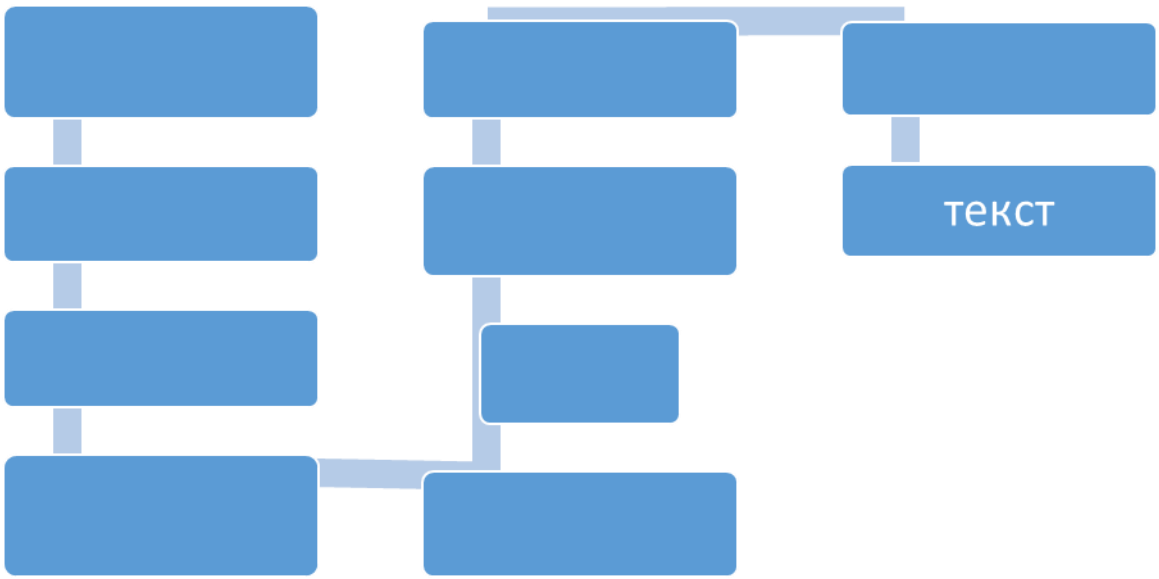
Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 1.5. Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них

Практическое занятие № 10

Тема: Организационные модели по работе с брокерами.
Цель: сформировать навыки построения организационной модели по работе с брокерами.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Построить организационные модели по работе с брокерами.
Содержание задания:

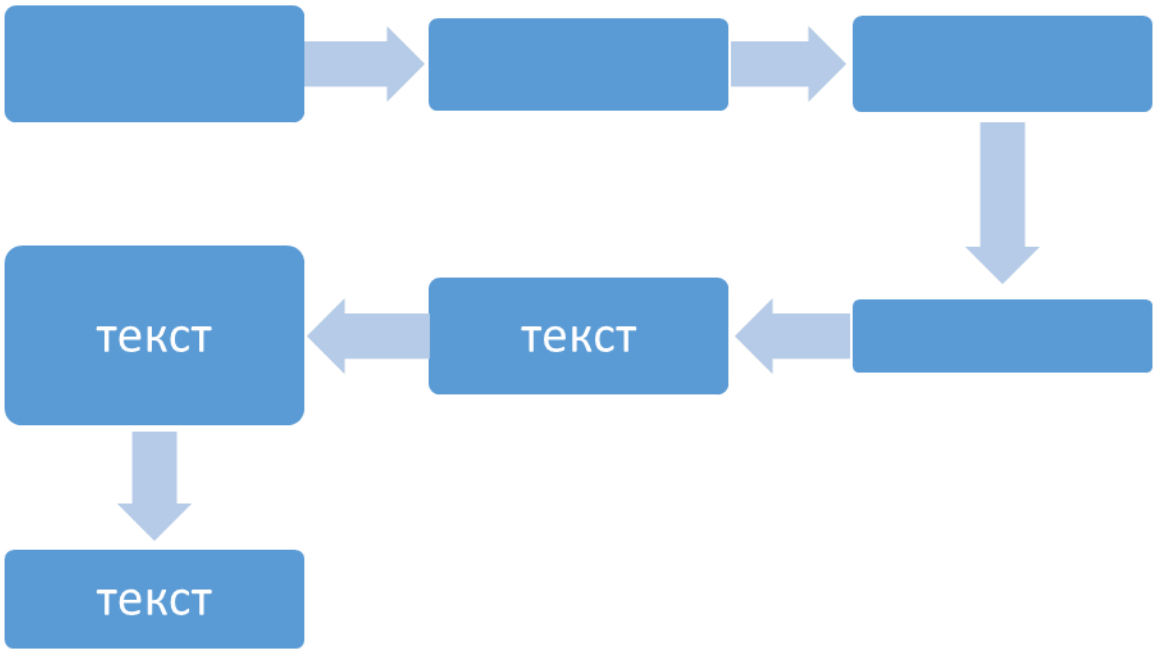
Задание 1. Постройте в виде схемы технологию работы с брокерами по следующему алгоритму.



Задание 2. Опишите функции милд-офиса, фронт-офиса и бэк-офиса.

Задание 3.

Постройте схему децентрализованная модель для страховых компаний, построенных по продуктовому или видовому принципу



Задание 2.

Перечислите основные мероприятия по привлечению брокеров могут быть следующие

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 11

Тема: Организация продаж при аутсорсинге финансовых консультантов.

Цель: Формирование умений и навыков по организации продаж при аутсорсинге финансовых результатов.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Проанализировать страховые компании, применивших в деятельности аутсорсинг.

Содержание задания:

Методические рекомендации по выполнению задания.

Под аутсорсингом понимается передача определенных функций, блоков или задач сторонней компании.

Аутсорсинг состоит из передачи организацией, на основании договора, некоторых производственных функций или бизнес-процессов на обслуживание сторонней компании, которая специализируется в нужной области. Аутсорсинг дает возможность доверить ведение определенных задач профессионалам, а все свои силы сосредоточить на решении основных стратегических проблем. Аутсорсинг используется для экономии сил, денег и времени организации.

Задание 1. Рассматривая виды аутсорсинга, заполнить пустые строки в тексте.

1. **IT- технологии**.

В данной сфере аутсорсинг предполагает передачу на обслуживание внешней компании информационных систем. Для эффективного ведения бизнеса на сегодняшний день некоторые функции компании можно передать специализированной организации. Компания, берущая на себя функции другой организации, называют _____. Большое распространение в практической деятельности получило абонентское обслуживание компьютеров. Следовательно, клиенту предлагается полный пакет услуг, дающий возможность не брать в компанию системного администратора. Данный вид аутсорсинга обычно приобретает форму обслуживания всего комплекса информационных систем предприятия-клиента.

Примеры компаний:

Компания «Элефант» — Кузбасский центр IT- услуг. Данная компания занимается: разработкой сайтов, разработкой приложений для iPhone, iPad, Android, монтаж и проектирование. Данная компания широко использует аутсорсинг в деятельности, так как данный способ позволяет снизить _____. По данным Gartner Group, их сокращение достигает в среднем 30 %. Но организация не стремится полностью отказаться от собственного IT- подразделения, потому что считает это рискованным. [10] Компания «Трал комплекс» более 14 лет предоставляет услуги на рынке информационных технологий Барнаула и Алтайского края. Данная организация занимается автоматизацией учета и управления на базе программных продуктов 1С.

Считают, что аутсорсинг в отрасли информационных технологий уменьшает _____ и дает возможность_____ _____.

Исследования показывают, что аутсорсинг используют вследствие недостаточной экспертизы в области информационных технологий, отсутствия необходимого количества IT-персонала и технологий, имеющиеся у внешних IT-компаний. Как отмечает Marketvisio Consulting, основной

причиной сдерживающее применение аутсорсинга являются высокая стоимость услуг внешнего провайдера в сравнении с содержанием собственной команды специалистов и возможную угрозу потери контроля над собственными данными.

2. Финансы.

Финансовый кризис, повлиял на развитие финансового аутсорсинга России. У компаний возникла острая необходимость _____, поэтому многие организации прибегли к_____. Многие руководители стали передавать часть функций аутсорсеру.

Пример «Норильский никель» — российская горно-металлургическая компания, основанная в 1989 году. В 90-е годы компания имела большую задолженностью в бюджеты всех уровней и многомесячную невыплату заработной платы рабочему коллективу. В 2010 году предусматривалось применение аутсорсинговых схем. В течение полугода было реорганизовано в ОАО «Норильская Горная Компания». Благодаря централизации финансовых потоков, передаче внешней компании непрофильных и обслуживающих подразделений и увольнению 43 тысяч человек, «Норильская Горная Компания» стала мировым лидером горнометаллургической промышленности.

Преимуществом финансового аутсорсинга является возможность для руководства _____.

Аутсорсинг в данном случае помогает решить

_____
_____
_____

Минусом является то, что
руководитель_____

Также существует риск
_____

3. Маркетинг.

Компания может передать поручение внешней стороне выполняющая отдельные маркетинговые функции, а именно:

_____

_____

_____

_____.

Пример «Сбербанк» — российский коммерческий банк, международная финансовая группа, один из крупнейших банков России и Европе. Основан в 1841 году. Компания передает внешнему провайдеру создание проекта по медийному размещению, открытию новых офисов и филиалов. Банк предоставляет сумму от 600 тыс. рублей — 4 млн. рублей на реализацию поставленных задач. Данные цифры свидетельствуют о том, что услуги ATL занимают значительную долю в маркетинговых расходах компании. Кроме того, такие проекты составляют существенную долю в доходе агентств, оказывающих маркетинговые услуги. «Сбербанк» руководствуется определенными критериями отбора потенциального аутсорсера, такие как: креативные идеи, наличие грамот, опыт работы не менее двух лет, профессионализм и многое другое.

ПАО «ЛУКОЙЛ» — российская нефтяная компания, основанная в 1991 году. Организация передает внешнему провайдеру проект по медийному размещению, медиаразмещения и медиапланирования, проведению акций, тем не менее критерии поиска потенциального аутсорсинга, устанавливает сама компания. В их числе: только большие маркетинговые компании, профессионализм, знание сферы своей деятельности, опыт на рынке и многие другие, но главным критерием является не заключение договора с конкурентами. Поиск осуществляется на основе отзывов от клиентов и поиска информации в интернете.

Основной целью компаний является _____

При выборе потенциального аутсорсера особое внимание _____ ,_____ и _____.

Большим плюсом аутсорсинга является

_____
_____
_____
_____

4. Логистика

Изменения, произошедшие в экономической и политической ситуации, происходившие в Российской Федерации на протяжении 2014 года, оказали влияние на состоянии российского рынка транспортно-логистических услуг.

По данным Росстата по итогам 9 месяцев 2014 года грузопоток на автомобильном транспорте сократился примерно на 2,5 %, а на железнодорожном — на 1,2 % (по данным ОАО «РЖД»). По данным Минтранса в первой половине 2014 года авиационный грузооборот уменьшился приблизительно на 6 %, что, возможно, связано с нестабильностью курсов валют и негативной динамикой инвестиций. Примеры компаний: Нефтехимический холдинг «Сибур». В 2011 году компания приступила к реализации оптимального построения логистической модели управления цепями поставок, то есть внедрение аутсорсинга. Компания начала с простейшего 3PL, с зоны которую можно проконтролировать: прием продукции, ее обработка, хранение, фасовка. На примере внутризаводской логистики хотели проверить, насколько модель приживется. Один из первых тендеров по выбору 3PL-оператора холдинг провел для «Тобольск-Полимера»— строящегося завода по производству полипропилена (планируемая мощность — 500 тыс. тонн в год). Целью компании было построение логистики в организации по европейскому образцу к 2013 году — моменту ее открытия.

ООО «Открытая Логистическая компания» — осуществляет организацию всех логистических процессов, связанных с перемещением грузов. Использует передачу персонала внешнему провайдеру. Компания на время проекта нанимает компетентных специалистов, тем самым уменьшает издержки на содержание рабочего места, также экономит время на обучение специалиста.

Проанализировав затраты после внедрения в деятельность аутсорсинг, компания сэкономила 77 000 рублей.

Использование аутсорсинга в логистике приводит к:_____.

Аутсорсинг дает возможность увеличить

_____
_____
_____
_____.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

МДК.01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

Тема 2.2. Выбор сочетающихся между собой страховых банковских продуктов. Обучение сотрудников банка порядку реализации страховых продуктов

Практическое занятие № 12

Тема: Создание базы данных по банкам, заключение соглашения с банком и определение регламента взаимодействия. Сравнительный анализ различных моделей реализации технологии банковских каналов продаж.

Цель: сформировать навыки создания базы данных по банкам, заключения соглашения с банком и определения регламента взаимодействия; научиться проводить сравнительный анализ различных моделей реализации технологии банковских каналов продаж.

Количество часов: 2 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Провести сравнительный анализ различных моделей реализации технологии банковских каналов продаж.

Содержание задания:

СИТУАЦИЯ. Вы являетесь менеджером в страховой компании «РОСНО» по работе с банками по продажам страховых услуг. Вам необходимо провести сравнительный анализ поступления страховых взносов по различным моделям реализации технологий банковских каналов продаж. Выявить наиболее значимую технологию банковских каналов продаж страховых услуг в страховой компании «РОСНО» за 1 и 3 кварталы текущего года. Укажите за счет чего, могут происходить данные изменения в банковских продажах страховых услуг.

Задание 1. Проанализировать поступление страховой премии по технологии банковских продаж в зависимости от продавца. Данные представлены в таблице в тыс.руб.

Виды страхования	**1 квартал текущего года**				**3 квартал текущего года**				**Отклонение в сумме и в %**			
	Технология банковских продаж в зависимости от продавца				Технология банковских продаж в зависимости от продавца				Технология банковских продаж в зависимости от продавца			
	Продажи банковскими сотрудниками		**Продажи страховыми агентами**		**Продажи банковскими сотрудниками**		**Продажи страховыми агентами**		**Продажи банковскими сотрудниками**		**Продажи страховыми агентами**	
	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%
1.Страхование ипотечных и потребительских кредитов	145658,0		90890,0		114568,0		78560,0					
2.Страхование депозитов и ценных бумаг	15230,0		8982,0		11230,0		5987,0					
3.Страхование имущества	65811,0		72411,0		78890,0		92411,0					
4.Страхование ответственности	31562,0		52332,0		22561,0		46589,3					
5.Страхование ОСАГО	61456,8		70987,0		56821,0		61232,0					
6.Страхование от несчастных случаев	25789,0		35274,0		31421,0		40220,0					
ВСЕГО		100,0		100,0		100,0		100,0		x		x

Задание 2. Сравнить поступление страховых взносов по технологии банковских продаж в зависимости от заключенных договоров страхования. Данные представлены в таблице в тыс. руб.

Виды страхования	**1 квартал текущего года**		**3 квартал текущего года**		**Отклонение в сумме и %**	
	Технология банковских продаж по договорам страхования		Технология банковских продаж по договорам страхования		Технология банковских продаж по договорам страхования	
	Заключение новых договоров	**Пролонгация действующих договоров**	**Заключение новых договоров**	**Пролонгация действующих договоров**	**Заключение новых договоров**	**Пролонгация действующих договоров**

	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%
1.Страхование ипотечных и потребительских кредитов	63658,0		51258,0		72562,0		42560,0					
2.Страхование депозитов и ценных бумаг	6050,0		9540,0		5120,0		8110,0					
3.Страхование имущества	42530,0		38653,0		49526,0		26897,0					
4.Страхование ответственности	32365,0		21310,0		39560,0		26456,0					
5.Страхование ОСАГО	52560,0		45220,0		71589,0		56420,0					
6.Страхование от несчастных случаев	32145,0		22156,0		42500,0		31720,0					
ВСЕГО		100,0		100,0		100,0		100,0		x		x

Задание 3. Проанализировать поступление страховой премии по технологии банковских продаж по отношению с клиентами. Данные представлены в таблице в тыс. руб.

Виды страхования	**1 квартал текущего года**		**3 квартал текущего года**		**Отклонение в сумме**		**Темп роста, в %**
	Технология банковских продаж по отношению с клиентами		Технология банковских продаж по отношению с клиентами		Технология банковских продаж по отношению с клиентами		
	Сумма продаж банку и его сотрудникам	**Сумма продажи клиентам юр. и физ. лицам**	**Сумма продаж банку и его сотрудникам**	**Сумма продажи клиентам юр. и физ. лицам**	**Сумма продаж банку и его сотрудникам**	**Сумма продажи клиентам юр. и физ. лицам**	
1.Страхование потребительских кредитов	250145,0	344120,0	289145,0	392451,0			
2. Страхование							

имущества заемщиков	36451,0	41871,0	42311,0	70351,0			
3.Страхование ответственности	12554,0	20030,0	19333,0	27611,0			
4. ОСАГО	89112,0	128452,0	102456,0	192321,0			
ВСЕГО							

Задание 4. Сравнение поступлений страховых взносов по технологии банковских каналов продаж в зависимости от продавца и банков, с которыми у страховой компании «РОСНО» заключены договоры о совместной деятельности. Данные представлены в таблице в тыс. руб.

Виды страхования	**1 квартал текущего года**				**3 квартал текущего года**				**Отклонение в сумме и в %**			
	Технология банковских продаж в зависимости от продавца				Технология банковских продаж в зависимости от продавца				Технология банковских продаж в зависимости от продавца			
	Продажи банковскими сотрудниками		**Продажи страховыми агентами**		**Продажи банковскими сотрудниками**		**Продажи страховыми агентами**		**Продажи банковскими сотрудниками**		**Продажи страховыми агентами**	
	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%	сумма	%
1.Сбербанк РФ	253568,0		188222,0		374200,0		205140,0					
2.Ханты-мансийский банк	123850,0		162800,0		105470,0		131233,0					
3. ВТБ-24	90450,0		112505,0		110660,0		131200,0					
4.Альфа-банк	65220,0		45631,0		72602,0		60780,0					
5.Запсибкомбанк	210563,0		193007,0		234010,0		219810,0					
ВСЕГО		100,0		100,0		100,0		100,0		x		x

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.3 Разработка и реализация программы по работе с сетевыми посредниками

Практическое занятие № 13

Тема: Изучение технологии страхования жилых помещений: разработка плана реализации технологии, заключение необходимых договоров с предприятиями жилищно-коммунального хозяйства, реализация программы в регионах.
Цель: сформировать навыки страхования жилых помещений.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Решить ситуации.
Содержание задания:

Ситуация 1
Определите доход от реализации программы комплексного страхования жилья для страховой компании и ее партнера, если
1.Стоимость 1 кв. м. жилого помещения составляет 28000 рублей;
2. Страховой тариф 0,7%;
3.Средний метраж одной квартиры 70 м кв.;
4. Общее количество квартир 100 000 (количество застрахованных квартир (30%)
5.Доход партнеру в случае удачной сделки гарантирован в размере 20% от страховых взносов.

Ситуация 2
При реализации технологии страхования жилья страховая компания планирует выйти на следующие показатели:
Средняя плата с клиента не менее 900 руб. в год
Доля дохода от реализации программы страхования жилья – 30% от общей суммы продаж.
При условии, что
1.Стоимость 1 кв. м. жилого помещения составляет 19000 руб.
2.Страховой тариф 0,5%
3.Средний метраж одной квартиры 65 м.кв.
4.Общее количество квартир 80000 (количество застрахованных квартир – 45%)
5.Годовая сумма продаж компании 50 560 000 руб.
Окажется ли эффективной для СК реализация данной технологии?

Ситуация 3
Страховая компания «ВСК» планирует расширить ассортимент страховых продуктов, пополнив его следующими программами, и продвигать их через сетевых посредников:

«Всегда с тобой» - круглосуточная защита при травме, инвалидности и госпитализации в результате несчастного случая. Возможность застраховать от 1 до 6 человек по одному полису.
«Оптимал» - недорогой полис для однократной поездки за границу сроком до 30 дней.
«Горизонт» - защита на случай потери кормильца конкретного члена семьи (ребенка, престарелых родителей, больного родственника и пр.) и накопление определенной суммы с фиксированным сроком выплат
«FreeДомСтроение» – страхование несущих конструкций строения и движимого имущества без досмотра с фиксированными условиями на срок 12 месяцев.
На примере перечисленных продуктов заполните таблицу следующего содержания.

показатели	**Всегда с тобой»**	**«Оптимал»**	**«Горизонт»**	**«FreeДомСтроение»**
Канал продаж (посредник)				
Мероприятия по реализации				
Сроки реализации				
Целевые сегменты (клиенты)				
Критерии оценки степени достижения поставленных целей (ожидаемый результат)				

Ситуация 4
Страховая компания реализует свою продукцию через почтовое отделение.
Проведите оценку эффективности технологии продаж в страховой компании «АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ».

Показатели	Объем проданных полисов, ед.	Средняя цена 1-го полиса, руб.	Объем продаж, руб	Средние затраты на 1 полис, руб.	Общие затраты руб	Валовая прибыльруб.	Текущие расходы, на 1 полис руб.	Общие текущие расходы, руб	Чистая прибыль, руб.
Продукт А	12300	4000		2500			738		
Продукт Б	14500	5100		2200			1682		
Продукт В	21400	4700		1700			2568		
Продукт Г	20900	5900		2400			2926		
Продукт Д	17600	5500		2200			2323		
всего									

Примечание
В процессе анализа рассчитываются следующие показатели рентабельности:
1. Чистая рентабельность = (Чистая прибыль / Страховая премия за период)х 100%

На этот показатель рентабельности оказывают влияние факторы, формирующие чистую прибыль отчетного периода и размер страховой премии;
2. Рентабельность страховой деятельности = ((доходы и расходы) / Страховая премия за период) х 100%

Рентабельность продаж отражает удельный вес прибыли в каждом рубле выручки от реализации страховых услуг.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.4. Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества

Практическое занятие № 16

Тема: Оценка результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества. Расчет отклонений продаж и отклонений затрат.
Цель: сформировать навыки оценки результатов различных технологий продаж и принятия мер по повышению их качества; расчета отклонений продаж и отклонений затрат.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Провести оценку результатов различных технологий продаж, определить меры по повышению их качества. Рассчитать отклонения продаж и отклонений затрат.
Содержание задания:

Задание 1. Ответить на контрольные вопросы:
1. В чем заключается технология прямых продаж?
2. Каковы меры по повышению качества технологии прямых продаж?
3. Чем отличаются технологии продаж полисов на рабочих местах от технологий агентских продаж?
4. Объясните порядок работы с клиентами при технологии брокерских продаж.
5. В чем заключаются технологии персональных продаж (офисных и вне офисных)?

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.5. Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж

Практическое занятие № 17

Тема: Разработка проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж.
Цель: сформировать навыки разработки проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Разработать проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж.
Содержание задания:

Задание 1. Определите расходы на ведение страховых операций по вновь открываемым филиалам в городах. Заполните таблицу 17.1. По данным таблицы рассчитайте структуру расходов на ведение страховых операций по каждому филиалу.

Таблица 17.1 - Расходы на ведение страховых операций (руб.)

Показатели	г.Екатеринбург	г. Тобольск	г. Сургут	г. Курган	**Всего по филиалам**
Расходы на ведение страховых операций – всего по филиалу					
а) вознаграждения, выплаченные в пользу агента	19420,0	15107,0	20150,0	12130,0	
б) вознаграждения по договорам страхования, перестрахования	12200,0	-	7950,0	-	
в) расходы по оплате труда работников подразделений, занятых оформлением документации по договорам страхования.	47000,0	20102,0	37900,0	22800,0	
г) начисления во внебюджетные социальные фонды – 30%					
д) оплата услуг по изготовлению страховых полисов, квитанций и бланков строгой отчетности.	73250,0	45238,0	68960,0	54260,0	
Е) оплата услуг организаций по выдаче справок, заключений и статистических данных	5370,0	4630,0	7200,0	2850,0	
Ж) амортизация на ремонт основных средств	52080,0	41388,0	62000,0	47850,0	
З) другие расходы	2500,0	3080,0	5200,0	1870,0	

Задание 2. Определите административно - управленческие и общехозяйственные расходы по вновь открываемым филиалам. Заполните таблицу 17.2. По данным таблицы рассчитайте структуру административно - управленческих и общехозяйственных расходов по каждому филиалу.

Таблица 17.2 - Административно-управленческие и общехозяйственные расходы. (руб)

Показатели	г.Екатеринбург	г. Тобольск	г. Сургут	г. Курган	Всего по филиалам
1. Расходы по оплате администра-тивно-управленческого персонала	104320,0	31670,0	79630,0	45800,0	
2. Начислено взносов во внебюджетные социальные фонды - 30%					
3. Амортизационные отчисления на ремонт основных средств управлен-ческого и общехозяйственного назначения	48850,0	29470,0	31680,0	38620,0	
4. Арендная плата за помещения общехозяйственного назначения	43200,0	20400,0	31000,0	17000,0	
5. Коммунальные платежи	12370,0	13470,0	15620,0	11000,0	
6. Оплата услуг специалистов (экспертов, аварийного комиссара, юристов, адвокатов)	73200,0	44010,0	82000,0	52000,0	
7. Оплата услуг актуариев	17420,0	12404,0	19220,0	13820,0	
8. Расходы по оплате информационных, аудиторских и консультационных услуг.	14028,0	12303,0	9850,0	10370,0	
9. Расходы на публикацию бухгалтерской отчетности	5100,0	5600,0	7000,0	4000,0	
10. Оплата услуг банков	1520,0	2020,0	3010,0	1470,0	
11. Оплата инкассаторских услуг	-	-	-	-	
12. Управленческие расходы	2050,0	1370,0	4950,0	1250,0	
13. ВСЕГО административно-управленческих и общехозяйственных расходов					

Задание 3. Определите сумму прочих расходов в таблице 3 по вновь открываемым филиалам. По данным таблицы рассчитайте структуру прочих расходов по вновь открываемым филиалам.

Таблица 17.3 - Прочие расходы (руб.)

Показатели	г. Екатеринбург	г.Тобольск	г.Сургут	г. Курган	**Всего по филиалам**
1.Расходы на добровольное страхование своих	31000,0	25000,0	46230,0	28570,0	

работников и имущества					
2.Представительские расходы	15600,0	18000,0	26000,0	12200,0	
3.Расходы на рекламу	19280,0	13230,0	32580,0	21010,0	
4. Расходы по подбору, подготовке кадров и повышении квалификации.	18120,0	15000,0	21500,0	11400,0	
5. Оплата услуг внешних организаций	2300,0	4050,0	3150,0	-	
6. Обязательные платежи, сборы налоги	14560,0	21010,0	23560,0	17056,0	
7. другие расходы.	6890,0	5720,0	4902,0	3920,0	
Итого прочих расходов по филиалу					

Задание 4. Определите общую сумму расходов на ведение дела по страховой компании «Альфа-страхование» и сумму планируемого объема страховой премии по филиалу. Известно, что общая сумма расходов на ведение дела должна составлять не более 8% от объема страховых премий по каждому филиалу. Заполните таблицу, используя значения из предыдущих таблиц.

Таблица 17.4 - Общая сумма расходов на ведение дела по страховой компании «Альфа-страхование». (руб)

Показатели	г. Екатеринбург	г. Тобольск	г. Сургут	г. Курган	Всего по филиалам
1. Расходы на ведение страховых операций					
2. Административно-управленческие и обще-хозяйственные расходы					
3. Прочие расходы страховой компании					
ИТОГО расходов на ведение дела по филиалу					
Удельный вес в %, расходов на ведение дела к планируемой страховой премии					
Планируемый размер страховой премии по филиалу					

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.6. Маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точки продаж, выявления основных конкурентов и перспективных сегментов рынка

Практическое занятие № 18

Тема: Продуктовый ряд точки розничных продаж
Цель: сформировать навыки разработки продуктового ряда точки розничных продаж
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Разработать продуктовый ряд точки розничных продаж.
Содержание задания:
Задание 1. Используя данные страховых продуктов по автострахованию СК Росгосстрах и ВСК разработайте собственную программу страхования для страхователя. Разработайте и предложите ему наиболее оптимальный вариант автострахования, выбрав его из продуктовой линейки используемой в вашей точке продаж.
1. Возраст владельца авто – 40 лет.
2. Возраст авто-лада – 8 лет.
3. Количество страховых случаев за год – 1.

Задание 2. Используя данные страховых продуктов по автострахованию СК Росгосстрах и ВСК разработайте собственную программу страхования для страхователя. Разработайте и предложите ему наиболее оптимальный вариант автострахования, выбрав его из продуктовой линейки используемой в вашей точке продаж.
1. Возраст владельца авто – 1986 год рождения.
2. Возраст иномарки – 10 лет.
3. К управлению транспортным средствам допущен 1 человек.

Задание 3. Ответить на контрольные вопросы:
1.Зеленая карта - это……
2.КАСКО – это……
3.Сущность и особенности страхового продукта.
4.Продуктовый ряд точки продаж

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные

знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.7. Продажи полисов на рабочих местах и их поддержка.

Практическое занятие № 19

Тема: Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности
Цель: сформировать навыки применения технологии ПРМ и контроль ее эффективности
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Проанализировать основные этапы разработки бюджета страховой компании.
Содержание задания:
Задание 1. Произвести оценку качества организации офиса продаж. Предоставить оценку соответствия организации рабочего места МОП в ближайшем офисе продаж страховой компании и определите необходимость изменений.

Элемент	Наличие/отсутствие, соответствие, требования	Возможность изменения
Организация рабочего места МОП		
Оформление офиса		

Задание 2. Ответить на контрольные вопросы**:**
1. Сущность и особенности технологии продаж полисов на рабочих местах.
2. Преимущество технологии ПРМ для предприятий.
3. Преимущества технологии ПРМ для страховых компаний.
4. Элементы технологии ПРМ.
5. Ограничения реализации технологии ПРМ.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.8. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности

Практическое занятие № 20

Тема: Подготовка письменного сообщения клиенту в зависимости от целей и задач директ-маркетинга. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка ее эффективности.
Цель: сформировать навыки подготовки письменного сообщения клиенту в зависимости от целей и задач директ-маркетинга; реализации технологии директ-маркетинга и оценки ее эффективности
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Подготовить письменные сообщения клиенту (не менее 5-ти по выбору из предложенного списка). Оценить эффективность технологии директ-маркетинга.
Содержание задания:

Задание 1. Составьте **письмо-просьбу** от имени Вашей страховой фирмы в адрес страхователя о прохождении экспертизы по факту происшедшего ДТП. У страхователя марка машины – Фольксваген Туарег, пробег 56000 км. В письме укажите список прилагаемых документов (справка о происшедшем ДТП из ГИБДД, страховой полис, водительское удостоверение и ПТС). Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 2. Составьте **письмо-сообщение** в адрес страхователя о том, что Ваша страховая фирма готова перечислить клиенту-страхователю страховое возмещение о причинении ущерба автомобилю. Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 3. Составьте **письмо-приглашение** в адрес страховых фирм г. Тюмени с сообщением о семинаре на тему «Изменения в страховом законодательстве с января текущего года», который проводится для страховых агентов в Вашей страховой фирме. Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 4. Оформите **письмо-предложение** о сотрудничестве от имени Вашей страховой фирмы в адрес ЗАО коммерческий «Русьбанк» в связи с необходимостью оформления пластиковых карт для удобства работы с клиентами по перечислению страховых возмещений. Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 5. Оформите **рекламное письмо** от имени Вашей страховой фирмы о предлагаемых страховых продуктах и их преимуществах. Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 6. Составьте **благодарственное письмо** от имени Вашей страховой фирмы с выражением благодарности коммерческой фирме «Альта» за качественную подготовку и проведение семинара-тренинга «Успешный агент». Недостающие реквизиты и данные дополните произвольно.

Задание 7. Составьте **письмо-поздравление** от имени Вашей страховой фирмы по следующим поводам:
- день рождения адресата – должностного лица,
- награждения за выдающиеся достижения на профессиональном уровне (победы в конкурсах, соревнованиях и др.),
- годовщина сотрудничества
- назначения адресата на престижную должность.

Недостающие реквизиты и данные дополнить произвольно.

Задание 8. Распределение количества участников акции, проводимой страховой компанией в Тюменской области имеет вид:
Г. Ишим - 3000 человек;
Г. Ялуторовск - 2500 человек;
Г. Тобольск - 1500 человек;
Г. Ханты-Мансийск - 800 человек;
Г. Сургут - 600 человек.
Стоимость одного предпринятого контакта составляет в среднем 100 рублей. Просчитайте общую стоимость (бюджет) проведенной страховой компанией директ-маркетинговой акции.

Задание 9. На основании данных Задания № 8 определите процент отклика, полученный страховой компанией (Р), если известно, что количество состоявшихся контактов составляет:
Г. Ишим - 2000 человек;
Г. Ялуторовск - 1500 человек;
Г. Тобольск - 600 человек;
Г. Ханты-Мансийск - 300 человек;
Г. Сургут - 400 человек.

Задание 10. Опираясь на данные, представленные (полученные) в Задании № 8 и Задании № 9, определите общую прибыль (S) от проведенной страховой компанией директ-маркетинговой кампании, если:
1.Процент состоявшихся клиентов от всего числа откликнувшихся составляет 43%;
2.Прибыль, получаемая страховой компанией от одного клиента составляет в среднем 700 рублей.

Задание 11. Ответить на контрольные вопросы:
1.В чем заключается сущность технологии директ-маркетинга?
2.Каковы отличительные черты директ-маркетинга?
3.Особенности реализации директ-маркетинга в РФ
4.Методы и каналы директ-маркетинга
5.Задачи директ-маркетинга.
6.Основные этапы планирования директ-маркетинга.
7.Как производиться оценка эффективности директ-маркетинга.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом

время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.10. Организация работы контакт - центра страховой компании и оценка основных показателей его работы

Практическое занятие № 21

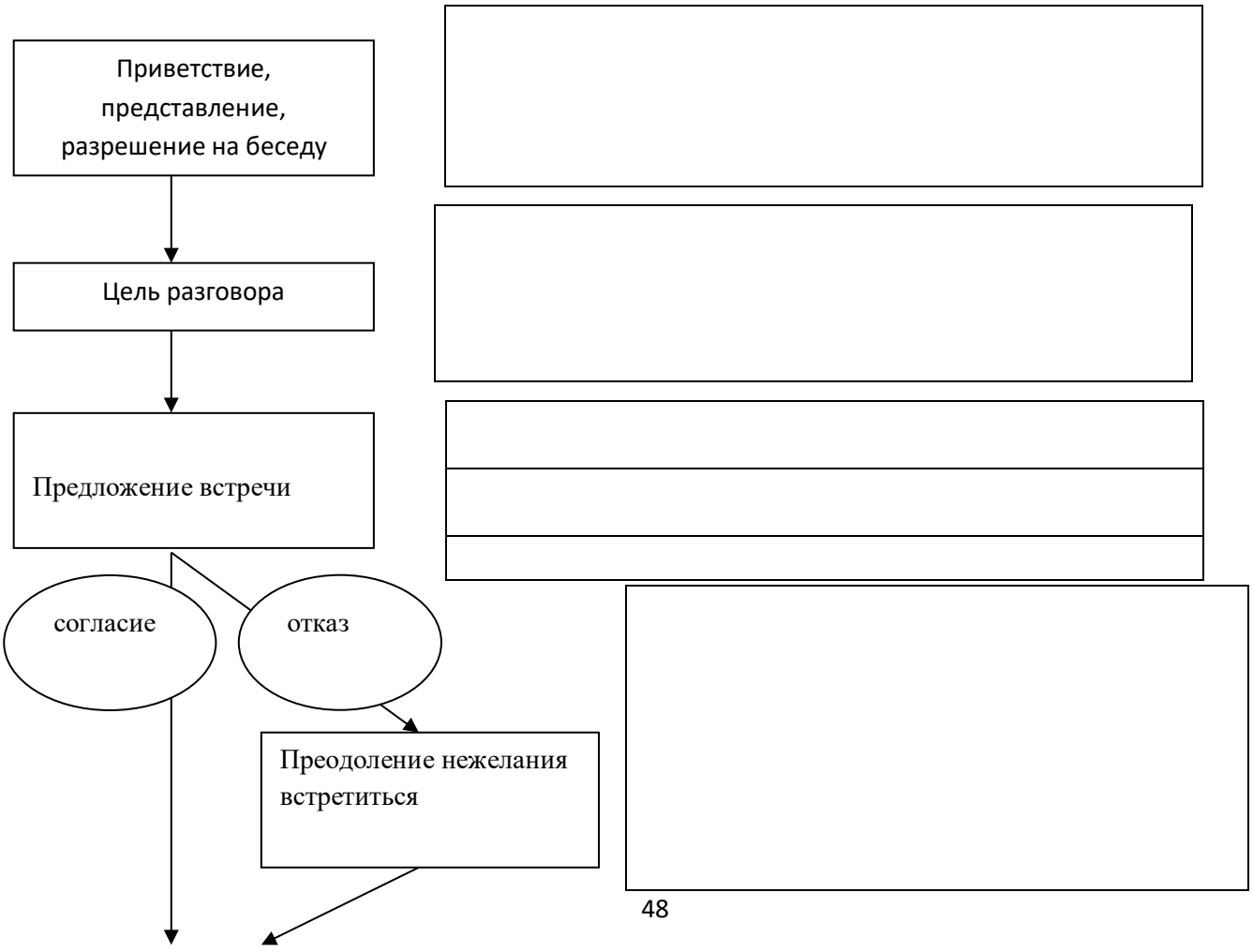
Тема: Выбор технологии телефонных продаж: либо с созданием собственного контакт-центра либо аутсорсинговая модель.
Цель: сформировать навыки реализации технологии телефонных продаж.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание.
Содержание задания:

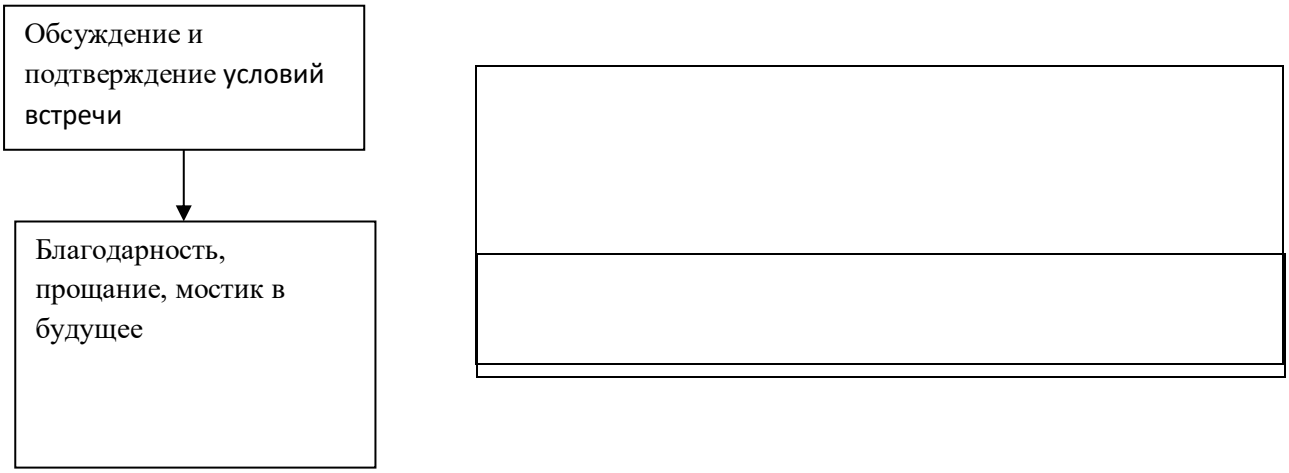
Задание 1. Разработать сценарий звонка о рекомендации.

Сценарий звонка о рекомендации.

Мои цели:

1) Назначить встречу
2) Оставить приятное впечатление





Основные возражения клиентов при назначении встречи по телефону.

Клиент: А о чем пойдет речь? (Что за программы? Расскажите подробнее).
Агент:

Клиент: Это что страховка?
Агент:

Клиент: Пришлите мне информацию по факсу (по e-mail)
Агент:

Клиент: Я уже застрахован.
Агент:

Клиент: У меня нет времени.
Агент:

Клиент: Мне это не нужно (не интересно)
Агент:

Клиент: Я уезжаю в командировку.

Агент:

_____
_____
_____

Клиент: *Мне сейчас некогда встречаться.*
Агент:

_____
_____
_____
_____

Задание 2. На основании данных представленных в лекции разработайте памятку ведения телефонных переговоров страховых агентов с клиентами.

Задание 3. Ответить на контрольные вопросы:

1. Правила холодных звонков.
2. Скрипты телефонных продаж.
3. Этика ведения телефонных переговоров.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 2.11. Персональные продажи и методическое сопровождение говоров страхования

Практическое занятие № 22

Тема: Создание организационной структуры персональных продаж. Создание баз данных по ключевым клиентам. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.
Цель: сформировать навыки построения организационной структуры персональных продаж; создания баз данных по ключевым клиентам; организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании.
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Провести сравнительный анализ эффективности каналов продаж, используемых страховыми компаниями.
Содержание задания:

Задание 1. Разработать алгоритм продажи страхования от несчастных случаев частному лицу. На основании данного алгоритма совершить телефонный звонок и проанализировать.

Ситуация.

Агент Кристина со СК «ВСК» совершила звонок молодому человеку лет 25, которого зовут Евгений.

Цель звонка: страхование от несчастных случаев.

Разговор с Евгением начался с приветствия и представления, затем Кристина сформулировала цель звонка. Евгений на звонок отреагировал положительно и начал интересоваться данным страховым продуктом.

В ходе разговора клиент согласился подъехать в СК «ВСК» и обсудить все детали лично с Кристиной они договорились, что через час после звонка он подъедет в компанию.

На этой ноте они попрощались.

Задание 2. На основании предполагаемых возражений клиентов провести анализ их потребностей в предлагаемой страховой услуге.

Для повторной встречи с клиентом предложить клише (скрипт) приглашения с учетом возможных возражений и сценарий поведения менеджера по продажам (страхового агента). Провести продажу.

Алгоритм выполнения задания:

1. Описать комплекс маркетинговых мероприятий для организации продаж, формирования спроса и стимулирования сбыта, согласно требованиям при проведении маркетинговых исследований при продажах страховых продуктов.
2. Проанализировать собственные мотивы и внешнюю ситуацию при принятии решений, касающихся своего продвижения в фокус-группе.
3. Сформулировать вопросы, нацеленные на получение недостающей информации.
4. Выявить в фокус-группе потребности, отработать возражения, провести презентацию страхового продукта (на выбор).
5. Проанализировать ответы на поставленные вами вопросы фокус-группы (на вопросы анкеты).
6. Составить по данным анкет таблицу (возражение-ответ).
7. Составить скрипт, клише приглашения клиента на встречу, на основании выявленных потребностей работы фокус-группы.
8. Описать действия агента при проведении первичной встречи с клиентом.
9. Сделать вывод по проделанной работе.

Задание 3. Описать технологию продаж полисов на рабочих местах. Объяснить факторы, влияющие на размер агентского вознаграждения. Ответить на вопрос: какие стимулирующие мероприятия для повышения агентских (или посреднических) продаж применяют страховые компании. Описать модели выплат комиссионного вознаграждения.

Алгоритм выполнения задания:

1. На основании первичных данных (отзывы, социальные сети, рекомендации и пр.) дать оценку уровня обслуживания клиента выбранной для исследования страховой компании. Предложить пути совершенствования уровня обслуживания.
2. Перечислить факторы, влияющие на размер агентского вознаграждения.
3. Описать способы планирования развития агентской сети в страховой компании.
4. Объяснить порядок расчета производительности агентов.
5. Сравнить модели выплат комиссионного вознаграждения.
6. Объяснить смысл проведения кросс-продаж и влияние на эффективность выполнения общего плана продаж страховой компании.

Задание 4. Ответить на контрольные вопросы:

1.Понятие персональных продаж.

2.Функции персонального менеджера.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

МДК.01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)

Тема 3.1. Организация и функционирования интернет - магазина страховой компании

Практическое занятие № 23

Тема: Разработка требований к страховым интернет-продуктам
Цель: сформировать навыки определения требований к страховым продуктам
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Разработать требования к страховым интернет-продуктам.
Содержание задания:

Задание 1. Изучение и анализ работы Интернет – магазина страховой компании, определение места Интернет продаж в общем плане продаж страховой компании.
Алгоритм выполнения задания:
1. Изучить и проанализировать Интернет-сайты страховых организаций.
2. Проанализировать степень удобства работы сайтов для страхователей на основании их отзывов.
3. Разработать сценарий работы страховой компании при продаже через Интернет, включающий план работы Web- сайта, Call-центра, обслуживающих программ.
4. Исследовать техники планирования объема продаж страховых продуктов через Интернет-магазин.
5. Определить каков процент Интернет-продаж в страховом портфеле страховой компании, используя открытую отчетность страховой компании. Построить диаграмму.
6. Изучить и провести анализ целевой Интернет – аудитории, обращая внимание на продукты-локомотивы и отзывы.
7. Объяснить принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.
8. Дать характеристику к требованиям продаж страховых продуктов через Интернет.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в

установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 24

Тема: Изучение принципов работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем

Цель: сформировать навыки определения способов оплаты страхового взноса и автоматизация этого процесса

Количество часов: 4 часа

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Определить финансовые результаты анализируемой страховой компании.

Содержание задания:

Методические рекомендации по выполнению задания.

Путем сопоставления доходов и расходов страховщика определяется финансовый результат страховых операций. Под финансовым результатом страховых операций понимается стоимостная оценка итогов хозяйственной деятельности страховой организации. Финансовый результат включает два элемента: прибыль (убыток) страховщика и прирост (отток) резерва взносов. Прирост резервов взносов имеет строго целевое назначение, но в период хранения на счетах страховой организации может быть использован в качестве источника инвестиционных операций.

Уровень дохода определен в форме отношения суммы прибыли за год к сумме платежей за год по какой-либо разновидности страхования либо операциям по страхованию в целом. Данный показатель в страховании именуется рентабельностью операций по страхованию.

Помимо прибыли от операций по страхования страховщик может обладать также прибылью от инвестиционной деятельности.

Прибыль от инвестиций является прибылью страховой компании от участия в хозяйственной деятельности нестрахового характера.

Доходы от инвестиционной деятельности могут использоваться для компенсации убытков от операций по страхованию, на развитие страхового дела, а также на потребление или в коммерческих целях. Таким образом, будет поддержана нормальная рентабельность деятельности страховщика при невысокой цене на услугу страхования.

Итоговый финансовый результат деятельности организаций по страхованию — прибыль (убыток) П (У) определяется по формуле:

$$П(У) = П(У)сд + П(У)ид + П(У)пд,$$

где:

П(У)сд является прибылью (убытком) от страховой деятельности;

П(У)ид является прибылью (убытком) от инвестиционной деятельности;

П(У)пд является прибылью (убытком) от прочей деятельности.

Таким образом, прибыль отчетного периода страховой компании равняется сумме прибыли от инвестиционной, страховой и иной деятельности.

Задание 1. Решите ситуацию.

Имеются следующие данные из отчета о прибылях и убытках страховой организации за отчетный период (тыс. руб.):

Страховые премии (взносы) – всего	1 354 044
в том числе переданные перестраховщикам	547 341
Уменьшение резерва незаработанной премии	19 931
Оплаченные убытки – всего	836 277
в том числе доля перестраховщиков	100 606
Уменьшение резерва убытков	96 200

Расходы по ведению страховых операций	14 592

Определите результат от операций страхования иного, чем страхование жизни. Сделайте соответствующий вывод.

Задание 2. По материалам официального сайта анализируемой страховой компании (отчет о финансовых результатах) проведите анализ финансовых результатов компании.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 25

Тема: Плюсы и минусы интернет-страхования. Проблемы внедрения электронно-цифровых подписей
Цель: сформировать навыки определения преимуществ и недостатков интернет-страхования; выявить проблемы внедрения электронно-цифровых подписей**.**
Количество часов: 2 часа
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Определить плюсы и минусы интернет-страхования.
Содержание задания:
Задание 1. Заполнить таблицу сравнения плюсов и минусов Online страхования для физических лиц автовладельца; юридических лиц несколько видов страхования;.
(сравниваются только обязательные виды так как добровольные пока нет возможности покупать online)

+ / **ПЛЮСЫ**	- / **МИНУСЫ**
для Физических лиц	
для Юридических лиц	из-за специфики деятельности юридических лиц у них только минусы

Задание 2. В чем проблемы внедрения электронно-цифровых подписей? Ответ обоснуйте.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 3.2. Обновление данных и технологий интернет-магазина

Практическое занятие № 26

Тема: Развитие возможностей интернет-магазина через максимальное расширение спектра его услуг.
Цель: сформировать навыки развития интернет-магазина страховых продуктов
Количество часов: 6 часов
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Охарактеризовать систему Интернет-торговли.
Содержание задания:

Задание 1. Систему Интернет-торговли условно можно разделить на три типа:

1. сайт-витрина,
2. Интернет-магазин,
3. торговая Интернет-система (ТИС).

Дайте описание этим типам.

Задание 2. Предприниматель должен четко представлять, что электронный бизнес подчиняется тем же законам, что и офлайновая торговля. Очень важно правильно организовать процесс создания Интернет-магазина. Перечислите организационные мероприятия процесса создания Интернет-магазина:

Задание 3. Поисковая оптимизация - это определенная последовательность действий, приводящая к тому, что сайт поднимается (в. идеале - на первое-третье место) в рейтинге поисковых систем: ссылка на сайт находится на первой странице результатов поиска по поисковым запросам.

Значительно увеличивается число посетителей сайта. Это является особенно актуальным, если сайт, что характерно для 90% из них, не имеет большого количества постоянных посетителей. Как происходит поисковая оптимизация?

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом

время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 27

Тема: Создание автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.

Цель: сформировать навыки работы с автоматизированным калькулятором для расчета стоимости страхового продукта потребителем

Количество часов: 2 часов

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Изучение принципов работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта.

Содержание задания:

Задание 1. Используя официальный сайт анализируемой страховой компании описать принцип работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта в таком алгоритме:

1) WEB-интерфейс
2) CRM – Клиенты
3) Страховой калькулятор
4) API страхового калькулятора
5) Возможности Администратора сайта
6) Возможности Администратора КИС

Задание 2. Какие существуют барьеры вхождения на рынок интернет-страхования?

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 28

Тема: Анализ особенностей интернет-магазинов страховых компаний России.

Цель: проанализировать особенности интернет-магазинов страховых компаний России.

Количество часов: 2 часов

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Проанализировать особенности интернет-магазинов страховых компаний России.

Содержание задания:

1**.** Выбрать Интернет-источники (Интернет-сайты страховых организаций) получения необходимой информации.

2. Описать особенности интернет-магазина страховых компаний. Проанализировать отзывы посетителей.

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.

«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.

«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.

«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Тема 3.3. Контроль эффективности использования интернет-магазина

Практическое занятие № 29

Тема: Контроль эффективности использования интернет-магазина.

Цель: сформировать навыки определения эффективности использования интернет-магазина

Количество часов: 2 часов

Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10

Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.

Практическое задание. Изучение и анализ работы Интернет – магазина страховой компании, определение места Интернет продаж в общем плане продаж страховой компании.

Содержание задания:

Алгоритм выполнения задания:

1. Изучить и проанализировать Интернет-сайты страховых организаций.
2. Проанализировать степень удобства работы сайтов для страхователей на основании их отзывов.
3. Разработать сценарий работы страховой компании при продаже через Интернет, включающий план работы Web- сайта, Call-центра, обслуживающих программ.
4. Исследовать техники планирования объема продаж страховых продуктов через Интернет-магазин.
5. Определить каков процент Интернет-продаж в страховом портфеле страховой компании, используя открытую отчетность страховой компании. Построить диаграмму.
6. Изучить и провести анализ целевой Интернет – аудитории, обращая внимание на продукты-локомотивы и отзывы.
7. Объяснить принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.
8. Дать характеристику к требованиям продаж страховых продуктов через Интернет

Критерии оценивания:

«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в

установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 30

Тема: Сравнительный анализ интернет-магазинов страховых компаний России.
Цель: провести сравнительный анализ интернет-магазинов страховых компаний России.
Количество часов: 2 часов
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Провести сравнительный анализ интернет-магазинов страховых компаний России.
Содержание задания:
1**.** Выбрать Интернет-источники (Интернет-сайты страховых организаций) получения необходимой информации.

2. Собрать информацию о страховых компаниях, представленных в г. Москва. Составить таблицу в соответствии с рейтингом страховых компаний и количеством филиалов/точек продаж.

В таблице следует указать: наименование компании, фактический адрес, контактный телефон, местонахождение центра урегулирования убытков, финансовую устойчивость страховой компании, рейтинг надежности, количество филиалов (сеть), представительств, год организации компании, перестраховщика, а также указать: имеет ли компания разрешение (лицензию) на накопительное страхование жизни, указать среднюю стоимость полиса КАСКО и полиса накопительного страхования жизни (возраст клиента усреднить в пределах 30-35 лет)).

Таблица 28.1 - Страховые компании страхового рынка г. Москва

Наименование страховой компании, адрес, телефон, сайт	Рейтинг надежности страховой компании	Размер уставного капитала	Количество филиалов, дополнительных офисов	Количество лет на рынке	Дата обновления сайта страховой компании
1.					
2					
3					
4					
5					

3. Выбрать из составленного в предыдущем задании списка Таблицы 28.1 для целевого анализа страховую компанию. Изучить и описать её конкурентов (для анализа выбрать 10 страховых компаний-конкурентов). Определить главную продуктовую линейку и продукты локомотивы.

4. Исследовать технологии и каналы продаж страховых компаний. Дать краткую характеристику по каждой технологии.

5. Найти и проанализировать статистическую информацию о спросе и предложении на страховые продукты.

6. Определить показатели эффекта и эффективности технологий, каналов продаж по различным страховым продуктам и их комбинациям.

7. Описание функции отдела маркетинга выбранной страховой компании (охарактеризовать виды страховых продуктов, ценовую стратегию).

8. Сделать выводы и рекомендации на основе проведенного маркетинг анализа страхового рынка тюменской области по выбранной страховой компании.

Критерии оценивания:
«Отлично» - студент глубоко изучил учебный материал по теме; свободно применяет полученные знания на практике; практическая работа выполнена в полном объеме, правильно, без ошибок, в установленные нормативом время.
«Хорошо» - студент твердо знает учебный материал; умеет применять полученные знания на практике; практическая работа выполнена с небольшими недочетами, в установленное нормативом время.
«Удовлетворительно» - студент знает лишь основной материал; практическая работа выполнена с ошибками, отражающимися на качестве выполненной работы, студент не уложился в установленное нормативом время.
«Неудовлетворительно» - студент имеет отдельные представления об изученном материале; практическая работа не выполнена или выполнена с грубыми ошибками, студент не уложился в установленное нормативом время.

Практическое занятие № 30

Тема: Виды платежных систем Интернет.
Цель: закрепить знания о платежных системах Интернет.
Количество часов: 2 часов
Осваиваемые компетенции: ОК 1-9, ПК 1.1-1.10
Оснащение: интернет-ресурсы, практическое задание.
Практическое задание. Провести анализ платежных систем Интернет
Содержание задания:

Задание 1. Ответить на вопросы:
1. Что представляет собой платежная система?
2. Назовите функции платежной системы.
3. Кто является участниками платежной системы?
4. Назовите элементы платежной системы.

Задание 2. Рассмотрите схему работы платежной системы. Опишите этот процесс.



Задание 3. Дайте характеристику видам платежных систем РФ.

Наименование	Логотип	Характеристика
1. MasterCard		
2. Visa		
3. МИР		
4. QIWI		

3.Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Анисимов А.Ю. Страховое дело: учебник и практикум для СПО М.: Юрайт, 2018
2. Тарасова Ю.А. Страховое дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования М.: Юрайт, 2018
3. Карпова С.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум М.: ЮРАЙТ, 2018

Дополнительные источники:

1. Хоминич И.И. Организация страхового дела: учебник и практикум для СПО – М.: Юрайт, 2018.
2. Бабурина Н.А. Страховое дело. Страховой рынок в России: учебное пособие для СПО – М.: Юрайт, 2018
3. АРМ-страховщика руководство пользователя (версия 2).
4. Герасимова О., Орлова Е., Яшина Н. Предложения пугают спрос.// Русский полис. 2017. №6.
5. Ечкалова Н. Во имя клиента.// Русский пояс. 2017. №8.
6. Мартыненко П. Влияние информационно-коммуникационных технологий на страховой бизнес.//Страховое ревю. 2017. № 5.
7. Потапов Е. Мыслить и работать глобально.// Они были первыми. Линия судьбы. 2017.
8. Экономический словарь / под редакцией А.Н. Азраиляна – М.: Институт новой экономики, 2016 год.

Интернет ресурсы:

1. Информационно правовой портал - Режим доступа http://konsultant.ru/
2. Информационно правовой портал - Режим доступа http://www.garant.ru/www.audit.ru
3. Страхование в России - Режим доступа http://www.alllnsurance.ru
4. Атлас страхования - Режим доступа http://www.strahovka.info
5. ФинАрт - Режим доступа http://www.finart.ru
6. Медицинское страхование в России - Режим доступа http://www.rosmedstrah.ru
7. Insa.Ru - Режим доступа http://www.insa.ru.
8. Страхование сегодня - Режим доступа http://www.insur-today.ru.
9. Общий обзор страхового рынка - Режим доступа «Интерфакс»http://www.raexpert.ru
10. Страховые компании в Москве и пр. - Режим доступа http://www.711.ru.
11. Общий обзор страхового рынка - Режим доступа http://www.gazeta.ru/insurance.shtrril.
12. ОАО «Росгосстрах» - Режим доступа http://www.rgs.ru.
13. СГ «УралСиб» - Режим доступа http://www.uralsibins.ru.
14. ОСАО «Ингосстрах» - Режим доступа http://www.ingos.ru
15. РОСНО - Режим доступа http://www.rosno.ru.
16. СК «Согласие» - Режим доступа http://www.soglasie.ru
17. СК «Ресо-Гарантия» - Режим доступа http://www.reso.ru
18. Страховой дом ВСК - Режим доступа http://www.vsk.ru.
19. ОАО СК «Прогресс-Гарант» - Режим доступа http://www.progress.ru
20. СК «Гута-страхование» - Режим доступа http://guitans.ru