

СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙПОТРЕБСОЮЗ
ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»

СОГЛАСОВАНО

Директор

Ставропольского филиала

АО «Страховая компания СОГАЗ-Мед»

«19» сентября 20 23 г. А.О. Макоева

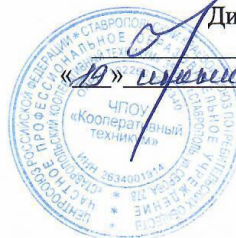


УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума

А.А. Намитоков

«19» сентября 20 23 г.



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ
ПРОДАЖ В СТРАХОВАНИИ**

**программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности: 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**

Базовая подготовка

квалификация специалиста среднего звена
Специалист страхового дела

Уровень образования, на базе которого осваивается ППССЗ: основное общее образование, среднее общее образование

Форма обучения: очная, заочная

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии
«Учетно-экономических дисциплин,
поварского, кондитерского дела и транспорта»
Протокол № 8 от «25» сентября 20 23 г.
Председатель ц/к А.С. Дуракова

Ставрополь, 2023 г.

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям) и рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Ставропольский кооперативный техникум»

Разработчик (и):

Сычева Е.В., преподаватель общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Фонд оценочных средств по рабочей программе профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании рекомендован Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»
Протокол № 6 от 19 июня 2023 года

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
 - 1.1 Область применения
 - 1.1.1. Освоение профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций
 - 1.1.2. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта
 - 1.2. Система контроля и оценки освоения программы профессионального модуля
 - 1.2.1. Формы промежуточной аттестации по ППССЗ при освоении профессионального модуля
 - 1.3. Организация контроля и оценки освоения программы профессионального модуля
2. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности
 - 2.1. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности содержит практические задания
 - 2.2. Пакет экзаменатора

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) предназначен для проверки результатов освоения профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **38.02.02 Страховое дело (по отраслям)** в части овладения видом профессиональной деятельности (ВПД): **Реализация различных технологий розничных продаж в страховании.**

Фонд оценочных средств позволяет оценивать:

1.1.1. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК):

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки (№№ заданий, место, время, условия их выполнения)
1	2	3
ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.	- точность расчетов производительности и эффективности работы страховых агентов; - способность разрабатывать агентский план продаж; - умение проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов; - умение разрабатывать системы стимулирования агентов; - умение рассчитывать комиссионное вознаграждение;	<i>Количество заданий:</i> 21 <i>Место проведения:</i> учебный кабинет страхового дела <i>Время выполнения каждого задания:</i> от 40 мин. до 60 мин. <i>Раздаточные материалы:</i> Бланочная документация <i>Технические средства:</i> калькулятор.
ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.	- умение осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них; - умение создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;	
ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.	- умение организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании; - умение обновлять данные и технологии интернет-магазинов; - контролировать эффективность использования интернет-магазина;	
ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.	- подготавливать письменное обращение к клиенту; - организовывать работу контакт-центра страховой компании и	

	оценивать основные показатели его работы;	
ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.	- проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж; - умение выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка; - осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку; - реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;	
ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.	- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;	
ПК 1.7. Реализовывать директ – маркетинг как технологию прямых продаж.	- осуществлять порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников; - знание теоретических основ разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж; - знание маркетингового анализа открытия точки продаж; - знание научных подходов к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании; - содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;	
ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.	-осуществлять способы создания системы обратной связи с клиентом; - знание психологии и этики телефонных переговоров; - может вести телефонные переговоры с клиентами; - осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;	
ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет – маркетинга в розничных продажах.	- умение создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней; - проводит переговоры по развитию банковского страхования; - выбирает сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты; - обучает сотрудников банка информации о страховых	

	продуктах, распространяемых через банковскую систему; формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет; сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;	
ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.	- умение разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками; оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества; - составляет 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	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области продаж страхового продукта; оценка эффективности и качества выполнения задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области продаж страхового продукта	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников информации, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные	работа с компьютером, использование специальных программ	

технологии в профессиональной деятельности.		
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	делает выводы и обобщения в профессиональной деятельности	

1.1.2. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта:

Иметь практический опыт	Виды работ на производственной практике и требования к их выполнению
1	2
– реализации технологии агентских продаж – реализации технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами. – реализации технологии банковских продаж – реализации технологии сетевых посреднических продаж. – реализации технологии прямых офисных продаж – реализации технологии продажи полисов на рабочих местах – реализации директ – маркетинг как технологию прямых продаж – реализации технологии	Учебная практика Виды работ 1. Ознакомление с интернет-маркетингом в розничных продажах страховых продуктов: - изучение и анализ сайтов страховых компаний; - проведение расчетов по Онлайн-калькулятору; - выбор оптимальной страховой компании. 2. Реализация технологии агентских продаж: - подбор видов страхования на основании представленных примеров; - составление страховых программ; - составление анкеты для выявления потребности в страховании у потенциального клиента; - решение задач по страхованию. 3. Ознакомление с технологией директ-маркетинга и оценкой ее эффективности в розничных продажах: - анализ скриптов телефонных продаж разных страховых компаний; - составление письменного обращения к потенциальному

телефонных продаж – реализации технологии интернет – маркетинга в розничных продажах; – реализации технологии персональных продаж в розничном страховании	и реальному клиенту; - составление претензии в страховую компанию; - создание клиентской базы страховой компании.
	Производственная практика Виды работ: 1. Расчет производительности и эффективности работы страховых агентов и разработка агентского плана продаж. 2. Разработка системы стимулирования агентов, расчет комиссионного вознаграждения и бюджета продаж, составление оперативного плана продаж. 3. Осуществление поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них, умение проводить переговоры. 4. Обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую. 5. Разработка и реализация программы по работе с сетевыми посредниками. 6. Оценка результатов различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества. 7. Составление проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж, проведение маркетинговых исследований нового рынка. 8. Выявление основных конкурентов и перспективные сегменты рынка. 9. Осуществление продаж страховых продуктов и их поддержку. 10. Реализация технологии директ-маркетинга и оценка их эффективности. 11. Подготовка письменного обращения к клиенту. 12. Осуществление телефонных продаж страховых продуктов. 13. Организация работы контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы; 14. Осуществление персональных продаж и методическое сопровождение договоров страхования; 15. Организация функционирования интернет-магазина страховой компании; 16. Обновление данных и технологии интернет-магазинов; 17. Контроль эффективности использования интернет-магазина

1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

Формы промежуточной аттестации по ПССЗ при освоении профессионального модуля

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
--	--

1	2
МДК.01.01. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)	Дифференцированный зачет
МДК.01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)	Комплексный дифференцированный зачет
МДК.01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)	
ПП.01.01 Производственная практика	
УП.01.01 Учебная практика	Дифференцированный зачет
ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании	Экзамен по модулю

1.3. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ

Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании» осуществляется на экзамене по ПМ.01.

Условием допуска к экзамену являются положительные аттестации по МДК 01.01, МДК 01.02., МДК 01.03., учебной практике и производственной практике.

Экзамен по ПМ.01 проводится в виде выполнения практических заданий.

Условием положительной аттестации (вид профессиональной деятельности освоен) на экзамене по модулю является положительная оценка освоения всех профессиональных компетенций по всем контролируемым показателям. При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

Промежуточный контроль освоения профессионального модуля осуществляется при проведении дифференцированных зачетов по МДК и дифференцированных зачетов по учебной и производственной практике (по профилю специальности).

2. Комплект материалов

для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности

«Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»

2.1. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием практических заданий

В состав комплекта входят задания для экзаменуемых и пакет экзаменатора (эксперта).

Тематика заданий для оценки освоения умений и усвоения знаний

1. Принципы управления агентской сетью. Разновидности агентских сетей: простое агентство, пирамидальная структура, многоуровневая сеть, их характеристика.
2. Методы разработки плана продаж: метод прогноза, метод экстраполяции, нормативный метод, метод капитализации, их содержание
3. Понятие страхового брокера, его отличия от страхового агента. Этапы технологии брокерских продаж.
4. Оформление юридических отношений со страховым брокером. Подготовка проектов совместного бизнеса, бизнес-планов, договоров.
5. Подготовка и согласование брокерских договоров.
6. Формы взаимодействия между страховым брокером, страховой организацией и страхователем. Нормативная база компании по работе с брокером
7. Обеспечение страховых брокеров необходимыми материалами. Выдача полисов и бланков компании страховым брокерам.
8. Поддержка брокерских продаж. Консультирование брокеров по видам страхования, работа над ошибками. Прием заявок на страхование, осуществление связи брокеров с андеррайтерами.
9. Взаимодействие брокера с бэк-офисом по вопросам подготовки договоров страхования и внесение в них изменений. Этапы приема выполненных брокером работ, их содержание.
10. Отчетность брокера. Порядок, форма и сроки предоставления отчета.
11. Мотивы участия страховщиков в банковском страховании. Мотивы участия банков в страховании. Элементы работы с базой данных по партнерам.
12. Рекомендации при проведении переговоров с банком. Методы, тактические приемы переговоров. Степень достижения целей в процессе переговоров.
13. Определение стратегии банковских продаж: односторонняя стратегия продаж, двусторонняя стратегия продаж, стратегия продаж с посредником, их характеристика.
14. Страховые и банковские продукты для банковского страхования. Технология реализации наиболее популярных страховых и банковских продуктов.
15. Форма взаимодействия на основе агентского соглашения, ее достоинства и недостатки.
16. Побудительные мотивы сотрудников банка. Основа мотивации банковских сотрудников за продажу страховых полисов.
17. Формы продаж страховых услуг в банке. Автоматизация страхового агента.
18. IT-обеспечение банковских продаж. Совместные банковские и страховые IT-программы, их характеристика, функциональные возможности.
19. Структура маркетинговой стратегии страховой компании по работе с сетевыми посредниками. Подходы к разработке маркетинговой стратегии: вероятностный и сценарный.
20. Методика увеличения продаж полисов через посредников.
21. Роли и функции, выполняемые менеджером по продажам.
22. Структура профессионального профиля менеджера по продажам. Источники поиска менеджера по продажам.
23. Этапы разработки технологии сетевых посреднических продаж: определение целевых клиентских сегментов, определение страховых продуктов, определение каналов продаж.
24. Документы, разрабатываемые для технологии продаж.
25. Контроль реализации технологии сетевых посреднических продаж. Программа «тайный покупатель», опыт ее реализации в страховых компаниях.

26. Программы страхования в жилищной сфере. Этапы реализации программы страхования жилья, их содержание.
27. Технология страхования объектов жилого фонда и гражданской ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ.
28. Технология продаж полисов через автосалоны: порядок разработки и реализации..
29. Технология продаж полисов через предприятия розничной торговли: порядок разработки и реализации.
30. Технология продаж полисов через туристические фирмы: порядок разработки и реализации.
31. Определение перечня перспективных предприятий для реализации технологии ПРМ
32. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для технологии ПРМ
33. Механизм уплаты страховой премии
34. Понятие рабочего места продавца СК. Виды рабочих мест. Факторы, влияющие на организацию и устройство рабочих мест продавцов СК.
35. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности
36. Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж
37. Практические рекомендации по организации дополнительных офисов продаж
38. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж
39. Автоматизация деятельности офиса розничных продаж
40. Модели реализации директ-маркетинга. Аутсорсинг как бизнес-процесс страховой компании
41. Понятие и структура базы данных о клиентах. Требования к базе данных о клиентах
42. Этапы технологии подготовки письменных обращений к клиенту
43. Организация обратной связи с клиентом в технологии директ-маркетинга
44. Способы доставки страховой услуги и финансовых расчетов
45. Методы оценки эффективности директ-маркетинговых кампаний
46. Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании
47. Назначение, преимущества и организация работы контакт-центра
48. Программное обеспечение для контакт-центра
49. Организация рабочих мест операторов Call центров
50. Этапы телефонных продаж. Проблемы и правила успешных продаж.
51. Стратегия телефонных продаж в отношении потенциальных клиентов
52. Услуги, предоставляемые аутсорсинговыми контакт-центрами
53. Требования к качеству аутсорсингового контакт-центра
54. Комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж
55. Этапы реализации технологии персональных продаж
56. Организационные структуры персональных продаж, их особенности
57. Цели составления БД и технологии сбора информации в технологии персональных продаж
58. продаж
59. Этапы составления клиентской БД в технологии персональных продаж
60. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров
61. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами
62. компании
63. Интернет магазин страховой компании как основное ядро интернет технологии продаж.
64. Интернет заявка. Интернет платеж. Интернет магазин.
65. Особенности организации предоставления интернет полисов через Интернет.
66. Основные требования к сайтам. Страховой калькулятор.

67. Цели и задачи онлайн страхования.
68. Преимущества и недостатки онлайн страхования.
69. Роль информационных технологий в разных сферах жизни общества.
70. Физические компоненты интернет технологий.
71. Логические компоненты интернет технологий.
72. Что представляют собой интернет технологии в физическом смысле.
73. Что представляют собой интернет технологии в логическом смысле.
74. Обзор основных провайдеров для организации интернет взаимодействия между
75. страхователем и страховщиком.
76. Информационная услуга как передовой информационный продукт.
77. Дать понятие интернет страхования.
78. Организация интернет представительства страховой компании.
79. Достоинства и недостатки интернет представительств.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩИХСЯ

ЗАДАНИЕ № 1.

1. Принципы управления агентской сетью. Разновидности агентских сетей: простое агентство, пирамидальная структура, многоуровневая сеть, их характеристика.
2. Методы разработки плана продаж: метод прогноза, метод экстраполяции, нормативный метод, метод капитализации, их содержание
3. Определите размер страховой премии агента по автострахованию Убыточность в среднем по рынку страховых услуг: страхование транспортных средств (авто КАСКО) - 60 процентов; расходы на ведение дела (РВД) примем за 30 процентов. В РВД входит, в том числе, и комиссионное вознаграждение агенту.

ЗАДАНИЕ № 2.

1. Понятие страхового брокера, его отличия от страхового агента. Этапы технологии брокерских продаж.
2. Оформление юридических отношений со страховым брокером. Подготовка проектов совместного бизнеса, бизнес-планов, договоров.
3. Каким должен быть объем агентских продаж, чтобы достичь "точки окупаемости" произведенных агентством (филиалом) затрат на набор и обучение агентов в 220 тыс. рублей? При этом портфель по видам страхования должен быть сбалансированным (должно присутствовать не менее трех страховых продуктов). Планируется, что в процентном отношении портфель по видам страхования будет выглядеть следующим образом: страхование автотранспорта - 60%, страхование от несчастных случаев - 15%, страхование имущества физических лиц - 25%.

ЗАДАНИЕ № 3.

1. Подготовка и согласование брокерских договоров.
2. Формы взаимодействия между страховым брокером, страховой организацией и страхователем. Нормативная база компании по работе с брокером
3. Сколько нужно работающих агентов для того, чтобы достичь объема агентских продаж в 3 млн. 568 тыс. рублей? Сколько на это потребуется времени (месяцев)? Исходные данные для расчета: - ежемесячно вы набираете для обучения группу не более 10 человек; - из 10 человек в течение года остаются лишь два человека ("отсев" 80%); - производительность работающих агентов составляет не более 30 тыс. рублей в месяц (в среднем в течение года).

ЗАДАНИЕ № 4.

1. Обеспечение страховых брокеров необходимыми материалами. Выдача полисов и бланков компании страховым брокерам.
2. Поддержка брокерских продаж. Консультирование брокеров по видам страхования, работа над ошибками. Прием заявок на страхование, осуществление связи брокеров с андеррайтерами.
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.). Определите размер комиссионного вознаграждения полученного агентом Мироновым В.Г.

ЗАДАНИЕ № 5.

1. Взаимодействие брокера с бэк-офисом по вопросам подготовки договоров страхования и внесение в них изменений. Этапы приема выполненных брокером работ, их содержание.
2. Отчетность брокера. Порядок, форма и сроки предоставления отчета.

3. 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 № 7.

1. Мотивы участия страховщиков в банковском страховании. Мотивы участия банков в страховании. Элементы работы с базой данных по партнерам.
2. Рекомендации при проведении переговоров с банком. Методы, тактические приемы переговоров. Степень достижения целей в процессе переговоров.
3. 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 № 8.

1. Определение стратегии банковских продаж: односторонняя стратегия продаж, двусторонняя стратегия продаж, стратегия продаж с посредником, их характеристика.
2. Страховые и банковские продукты для банковского страхования. Технология реализации наиболее популярных страховых и банковских продуктов.
3. 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.

ЗАДАНИЕ № 9.

1. Форма взаимодействия на основе агентского соглашения, ее достоинства и недостатки.
2. Побудительные мотивы сотрудников банка. Основа мотивации банковских сотрудников за продажу страховых полисов.
3. 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.).

ЗАДАНИЕ № 10.

1. Формы продаж страховых услуг в банке. Автоматизация страхового агента.
2. IT-обеспечение банковских продаж. Совместные банковские и страховые IT-программы, их характеристика, функциональные возможности.
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.

ЗАДАНИЕ № 11.

1. Структура маркетинговой стратегии страховой компании по работе с сетевыми посредниками. Подходы к разработке маркетинговой стратегии: вероятностный и сценарный.
2. Методика увеличения продаж полисов через посредников.
3. 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.

ЗАДАНИЕ № 12.

1. Принципы управления агентской сетью. Разновидности агентских сетей: простое агентство, пирамидальная структура, многоуровневая сеть, их характеристика.
2. Методы разработки плана продаж: метод прогноза, метод экстраполяции, нормативный метод, метод капитализации, их содержание
3. Определите размер страховой премии агента по автострахованию Убыточность в среднем по рынку страховых услуг: страхование транспортных средств (авто КАСКО) - 60 процентов; расходы на ведение дела (РВД) примем за 30 процентов. В РВД входит, в том числе, и комиссионное вознаграждение агенту.

ЗАДАНИЕ № 13.

1. Понятие страхового брокера, его отличия от страхового агента. Этапы технологии брокерских продаж.
2. Оформление юридических отношений со страховым брокером. Подготовка проектов совместного бизнеса, бизнес-планов, договоров.
3. Каким должен быть объем агентских продаж, чтобы достичь "точки окупаемости" произведенных агентством (филиалом) затрат на набор и обучение агентов в 220 тыс. рублей? При этом портфель по видам страхования должен быть сбалансированным (должно присутствовать не менее трех страховых продуктов). Планируется, что в процентном отношении портфель по видам страхования будет выглядеть следующим образом: страхование автотранспорта - 60%, страхование от несчастных случаев - 15%, страхование имущества физических лиц - 25%.

ЗАДАНИЕ № 14.

1. Подготовка и согласование брокерских договоров.
2. Формы взаимодействия между страховым брокером, страховой организацией и страхователем. Нормативная база компании по работе с брокером
3. Сколько нужно работающих агентов для того, чтобы достичь объема агентских продаж в 3 млн. 568 тыс. рублей? Сколько на это потребуется времени (месяцев)? Исходные данные для расчета: - ежемесячно вы набираете для обучения группу не более 10 человек; - из 10 человек в течение года остаются лишь два человека ("отсев" 80%); - производительность работающих агентов составляет не более 30 тыс. рублей в месяц (в среднем в течение года).

ЗАДАНИЕ № 15.

1. Обеспечение страховых брокеров необходимыми материалами. Выдача полисов и бланков компании страховым брокерам.
2. Поддержка брокерских продаж. Консультирование брокеров по видам страхования, работа над ошибками. Прием заявок на страхование, осуществление связи брокеров с андеррайтерами.
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.). Определите размер комиссионного вознаграждения полученного агентом Мироновым В.Г.

ЗАДАНИЕ № 16.

1. Взаимодействие брокера с бэк-офисом по вопросам подготовки договоров страхования и внесение в них изменений. Этапы приема выполненных брокером работ, их содержание.
2. Отчетность брокера. Порядок, форма и сроки предоставления отчета.
3. 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 № 17.

1. Мотивы участия страховщиков в банковском страховании. Мотивы участия банков в страховании. Элементы работы с базой данных по партнерам.
2. Рекомендации при проведении переговоров с банком. Методы, тактические приемы переговоров. Степень достижения целей в процессе переговоров.
3. 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 № 18.

1. Определение стратегии банковских продаж: односторонняя стратегия продаж, двусторонняя стратегия продаж, стратегия продаж с посредником, их характеристика.
2. Страховые и банковские продукты для банковского страхования. Технология реализации наиболее популярных страховых и банковских продуктов.
3. 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.

ЗАДАНИЕ № 19.

1. Форма взаимодействия на основе агентского соглашения, ее достоинства и недостатки.
2. Побудительные мотивы сотрудников банка. Основа мотивации банковских сотрудников за продажу страховых полисов.

3. 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.).

ЗАДАНИЕ № 20.

1. Формы продаж страховых услуг в банке. Автоматизация страхового агента.
2. IT-обеспечение банковских продаж. Совместные банковские и страховые IT-программы, их характеристика, функциональные возможности.
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.

ЗАДАНИЕ № 21.

1. Структура маркетинговой стратегии страховой компании по работе с сетевыми посредниками. Подходы к разработке маркетинговой стратегии: вероятностный и сценарный.
2. Методика увеличения продаж полисов через посредников.
3. 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.

Лист регистрации изменений
 в Фонд оценочных средств на 20__ - 20__ учебный год
 по рабочей программе профессионального модуля
ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании
 по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

№ п/п	Внесенные изменения	Содержание изменений

РАССМОТРЕНО
 на заседании цикловой комиссии
 Протокол № __ от __ 20__ г.

ОДОБРЕНО
 Методическим советом
 Протокол № __ от __ 20__ г.