

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
по учебно-воспитательной работе
Н.А. Авакова
« 19 » сентября 20 23 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА
МДК.01.03 ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ СТРАХОВЫХ ПОЛИСОВ (ПО ОТРАСЛЯМ)
ПМ.01 РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ В
СТРАХОВАНИИ**

**программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО
38.02.02 Страхование (по отраслям)**

Базовая подготовка

квалификация специалиста среднего звена
Специалист страхового дела

Уровень образования, на базе которого осваивается ПССЗ: 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 2023 г.
Председатель ц/к А.С. Дуракова

Ставрополь, 2023

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств по рабочей программе междисциплинарного курса
 - 1.1. Область применения
 - 1.2. Система контроля и оценки освоения программы междисциплинарного курса
 - 1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы междисциплинарного курса
2. Комплект фонда оценочных средств для текущего контроля умений и знаний
3. Комплект фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по МДК
 - 3.1. Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к промежуточной аттестации по МДК
 - 3.2. Задания для промежуточной аттестации по МДК
 - 3.3. Перечень наглядных пособий, справочных и нормативных документов, разрешённых к использованию на промежуточной аттестации по МДК
4. Тематика рефератов, проектов для текущего контроля умений и знаний

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения **МДК.01.03 Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)** программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО **38.02.02 Страхование дело (по отраслям)**.

В результате освоения МДК обучающийся *должен иметь практический опыт:*

- реализации различных технологий розничных продаж в страховании.

В результате освоения МДК обучающийся *должен уметь:*

- рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;
- разрабатывать агентский план продаж;
- проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов;
- разрабатывать системы стимулирования агентов;
- рассчитывать комиссионное вознаграждение;
- осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;
- создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;
- проводить переговоры по развитию банковского страхования;
- выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;
- обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую систему;
- разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками;
- оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества;
- составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж;
- выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;
- осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку;
- реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;
- подготавливать письменное обращение к клиенту;
- вести телефонные переговоры с клиентами;
- осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
- организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
- организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;
- обновлять данные и технологии интернет-магазинов;
- контролировать эффективность использования интернет-магазина.

В результате освоения МДК обучающийся *должен 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.

Выше перечисленные умения, знания направлены на формирование у студентов следующих общих и профессиональных компетенций:

Общие 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.

Профессиональные компетенции

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.

Реализация воспитательного содержания рабочей программы профессионального модуля достигается посредством решения воспитательных задач в ходе каждого занятия в единстве с задачами обучения и развития личности студента; целенаправленного отбора содержания учебного материала, использования современных образовательных технологий.

Воспитательный потенциал профессионального модуля направлен на достижение следующих личностных результатов, составляющих портрет выпускника СПО, определенного рабочей Программой воспитания:

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР 13 Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

ЛР 14 Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР 15 Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

Фонд оценочных средств позволяет оценивать:

1.1.1. Освоенные умения и усвоенные знания:

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен: уметь: рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов; разрабатывать агентский план продаж; проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов; разрабатывать системы стимулирования агентов; рассчитывать комиссионное вознаграждение; осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них; создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней; проводить переговоры по развитию банковского страхования;	– защита и оценка деятельности во время практических работ; – письменный, устный фронтальный опрос; – оценка деятельности обучающихся во время самостоятельных работ на занятиях; – защита, выполнение индивидуальных творческих заданий (проектов) – письменный, устный индивидуальные

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;	<i>опросы;</i> – <i>защита рефератов, презентаций;</i> – <i>комплексный дифференцированный зачет по МДК.01.02, МДК.01.03, ПП.01.01</i>
---	--

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.	
--	--

ЛР1-ЛР15. - В ходе оценивания учитываются в том числе и личностные результаты (см. раздел 2 Программы воспитания).

1.2. Система контроля и оценки освоения программы МДК:

В соответствии с локальными актами и учебным планом изучение МДК.01.03 Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям) завершается в форме комплексного дифференцированного зачета с МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям), производственной практикой (по профилю специальности) ПП.01.01, а текущий контроль осуществляется в форме защиты оценки деятельности во время практических работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, решения практических ситуаций, подготовке исследовательских и творческих работ, создании презентаций.

1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы МДК

Промежуточная аттестация освоенных умений и усвоенных знаний МДК.01.03 Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям) осуществляется на комплексном дифференцированном зачете по МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям), МДК.01.03 Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям), производственной практике (по профилю специальности) ПП.01.01. Условием допуска к комплексному дифференцированному зачету является положительная текущая аттестация по практическим работам, ключевым теоретическим вопросам МДК.01.02, МДК.01.03, при условии выполнения всех видов работ на практике, предусмотренных программой и тематическим планом, а также при своевременном предоставлении следующих документов:

- положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации прохождения практики и образовательной организации (ОО) об уровне освоения профессиональных компетенций;
- положительной характеристики организации прохождения практики на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;
- дневника практики;
- отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

Комплексный дифференцированный зачет проводится по разработанным заданиям для промежуточной аттестации. К критериям оценки уровня подготовки обучающегося относятся:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного учебной программой по профессиональному модулю;
- умения обучающимся использовать теоретические знания при выполнении практических заданий;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

Дополнительным критерием оценки уровня подготовки обучающегося может являться результат научно-исследовательской, проектной деятельности, промежуточная оценка портфолио обучающегося.

При проведении комплексного дифференцированного зачета по МДК уровень подготовки обучающихся оценивается в баллах: «5» («отлично»), «4» («хорошо»), «3» («удовлетворительно»), «2» («неудовлетворительно»).

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала и дополнительной литературы, а также творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании материала.

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся, проявившему полное знание программного материала, освоившему основную рекомендательную литературу, показавшему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

Оценка «удовлетворительно» ставится обучающемуся, проявившему знания основного программного материала в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе, но обладающему необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся, обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данному МДК.

2. Комплект оценочных средств для текущего контроля умений и знаний

	Содержание	стр.
Задания тестового контроля		9

Задания для тестового контроля знаний

Тестовые задания

Тестирование №1

1. Технологии посреднических продаж включают в себя:
 - А) технологии агентских продаж
 - Б) технологии брокерских продаж
 - В) технологии офисных продаж
 - Г) интернет - маркетинг
2. Состав сетевых посредников в розничном страховании:
 - А) автосалоны
 - Б) турфирмы
 - В) предприятия
 - Г) целевые программы
3. Типы агентских сетей:
 - А) простое агентство
 - Б) офис
 - В) точка продаж
 - Г) филиал
4. Документ, подтверждающий полномочия страхового агента:
 - А) лицензия
 - Б) свидетельство о регистрации
 - В) доверенность
 - Г) выписка из реестра страховщиков
5. Страховая деятельность является:
 - А) предпринимательской
 - Б) благотворительной
 - В) общественной
 - Г) административной
6. Показатели качества агентской сети:
 - А) производительность работающих агентов
 - Б) отсев агентов
 - В) уставной капитал страховой компании
 - Г) убыточность
7. Объем агентских продаж – это:
 - А) сумма страховых премий, собранных агентами
 - Б) оплата страховых договоров
 - В) сумма взносов за страховые договора
 - Г) общий объем страховых продаж компании
8. Маркетинговые факторы, характеризующие образ компании:
 - А) продукт
 - Б) канал продаж
 - В) численность агентской сети
 - Г) количество опытных агентов
9. В матрицу страхового продукта входит:
 - А) правила страхования
 - Б) бланк страхового полиса
 - В) рекламный буклет вида страхования
 - Г) статистический отчет о страховых случаях
10. Плата за страхование-это:
 - А) страховой тариф
 - Б) страховая сумма
 - В) страховая премия

- Г) выкупная сумма
11. Цена за единицу страховых услуг – это:
- А) страховой тариф
 - Б) страховая премия
 - В) страховая выплата
 - Г) страховая сумма
12. Принципы менеджмента для управления агентской сетью:
- А) обучение агентов
 - Б) планирование работы агентской сети
 - В) мотивация агентов
 - Г) составление отчетов
13. Страховое поле – это:
- А) максимальное количество застрахованных объектов в конкретном регионе или определенной сфере деятельности
 - Б) перечень адресов страхователей
 - В) перечень адресов страховых агентов
 - Г) территория региона, где находится страховая компания
14. Страховой портфель – это:
- А) объем продаж страховых продуктов
 - Б) объем выплат
 - В) количество лицензированных видов страхования
 - Г) фактическое количество застрахованных объектов или действующих договоров
15. Основная функция управления агентской сетью:
- А) организация
 - Б) координация
 - В) мотивация
 - Г) планирование
16. Мотивация страхового агента – это:
- А) гибкий график работы
 - Б) бесплатное обучение
 - В) социальный пакет
 - Г) комиссионное вознаграждение и бонусы
17. В функциональные обязанности страхового агента входит:
- А) поиск клиента
 - Б) подготовка к визиту
 - В) выявление потребностей клиента
 - Г) обеспечение регулярных контактов со страхователем
18. Комиссионное вознаграждение страхового агента – это:
- А) заработная плата страхового агента
 - Б) бонус
 - В) процент от страховой премии по заключенным договорам
 - Г) премия от директора
19. Страховой брокер – это:
- А) юридическое лицо
 - Б) физическое лицо
 - В) юридическое или физическое лицо, осуществляющее посредническую деятельность по страхованию
 - Г) индивидуальный предприниматель
20. Какие из следующих организаций могут быть брокерами?
- А) автобаза
 - Б) цирк
 - В) турагентство

Г) супермаркет

Тестирование №2

1. Технологии прямых продаж включают в себя:
А) технологии продаж полисов на рабочих местах
Б) технологии агентских продаж
В) технологии брокерских продаж
Г) технологии персональных продаж (офисных и внеофисных)
2. Программа «Социальные гарантии для персонала банка» включает в себя:
А) страхование от несчастных случаев
Б) страхование лизинговых операций
В) страхование денежных средств в кассе
Г) страхование путешественников
3. Формы финансового супермаркета:
А) бэк-офис
Б) мидл-офис
В) директ-маркетинг
Г) аутсорсинг
4. Маркетинг в страховании включает в себя:
А) взаимодействие с банками
Б) продажу страховых услуг
В) изучение потенциальных страхователей
Г) анализ рынка страховой компании
5. Что относится к неценовой конкуренции страховой компании?
А) снижение тарифных ставок
Б) предоставление скидок страхователям
В) реклама
Г) содействие в приобретении недвижимости
6. К страховым рискам по страхованию жилья относятся:
А) смерть
Б) терроризм
В) пожар
Г) стихийные бедствия
7. К ошибкам в активных продажах на ТП относятся понятия:
А) продавцом надо родиться
Б) взятие рекомендаций В) продажа - это услуга
Г) спорить с покупателем
8. К добровольным видам страхования относятся:
А) страхование от несчастного случая
Б) страхование особо опасных производственных объектов
В) страхование нотариусов
Г) страхование ответственности врачей
9. К обязательным видам страхования относятся:
А) страхование военнослужащих
Б) страхование риэлтеров
В) страхование от клеща
Г) страхование пожарников
10. Андеррайтинг в страховании включает в себя:
А) разработку мероприятий по снижению рисков
Б) сбор документов
В) согласование страховой суммы
Г) согласование расчета страховой премии

11. Программа «Страховая защита материальных и финансовых ресурсов банка» включает в себя:
- А) пенсионное страхование
 - Б) добровольное медицинское страхование
 - В) страхование банкоматов
 - Г) страхование при кредитовании физических лиц
12. Преимущества аутсорсинга:
- А) снижение издержек
 - Б) инвестиции в бизнес
 - В) передовые технологии
 - Г) возможность заниматься торгово – закупочной деятельностью
13. Увеличению количества продаж на ТП способствует
- А) приятная внешность продавца
 - Б) количество рекламных буклетов
 - В) чистота помещения на ТП
 - Г) индивидуальный подход к каждому покупателю
14. К имущественному страхованию относится:
- А) страхование лифтового хозяйства в домах
 - Б) страхование ответственности организаций при использовании жилого фонда
 - В) страхование общего имущества в жилых домах
 - Г) страхование квартир
15. К страховым рискам при страховании личной защиты от несчастного случая относятся:
- А) болезнь
 - Б) травма
 - В) смерть в результате болезни
 - Г) инвалидность 3 группы в результате несчастного случая
16. Преимущества технологии ПРМ для предприятия
- А) групповые тарифы
 - Б) повышенная степень доверия к страховой компании
 - В) освобождение от налогов
 - Г) бонусы к заработной плате работников
17. Преимущества технологии ПРМ для страховщика
- А) экономия аквизиционных расходов
 - Б) большая динамика роста страхового портфеля
 - В) увеличение уставного капитала
 - Г) увеличение числа страховых агентов
18. Контакт-центр-это:
- А) центр обработки вызовов
 - Б) центр операторов
 - В) центр регистрации страховых событий
 - Г) центр выплат
19. К субъектам страхового дела относятся:
- А) страхователи
 - Б) страховые актуарии
 - В) страховые агенты
 - Г) страховые организации
20. Директ - маркетинг - это:
- А) звонок руководителя страхователю
 - Б) личное письмо руководителя страхователю
 - В) обращение продавца к покупателю напрямую
 - Г) использование базы данных

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
« СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

УТВЕРЖДАЮ
заместитель директора
по учебно-воспитательной работе
_____ Н.А. Авакова
« __ » _____ 20__ г

**3. Комплект оценочных средств
для проведения промежуточной аттестации по**

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям);

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

**ПП.01.01 Производственной практике (по профилю специальности) по
ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в
страховании**

Форма аттестации – комплексный дифференцированный
зачет

**Специальность
38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**

Рассмотрено на заседании
цикловой комиссии
«Учетно-экономических дисциплин,
поварского, кондитерского дела и транспорта»
Протокол № ____ от « __ » _____ 20__ г.
Председатель цикловой комиссии
_____ А.С. Дуракова

Ставрополь, 202__ г

**3.1 Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к
комплексному дифференцированному зачету
по МДК.01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)**

1. Роли и функции, выполняемые менеджером по продажам.
2. Структура профессионального профиля менеджера по продажам. Источники поиска менеджера по продажам.
3. Этапы разработки технологии сетевых посреднических продаж: определение целевых клиентских сегментов, определение страховых продуктов, определение каналов продаж.
4. Документы, разрабатываемые для технологии продаж.
5. Контроль реализации технологии сетевых посреднических продаж. Программа «тайный покупатель», опыт ее реализации в страховых компаниях.
6. Программы страхования в жилищной сфере. Этапы реализации программы страхования жилья, их содержание.
7. Технология страхования объектов жилого фонда и гражданской ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ.
8. Технология продаж полисов через автосалоны: порядок разработки и реализации..
9. Технология продаж полисов через предприятия розничной торговли: порядок разработки и реализации.
10. Технология продаж полисов через туристические фирмы: порядок разработки и реализации.
11. Определение перечня перспективных предприятий для реализации технологии ПРМ
12. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для технологии ПРМ
13. Механизм уплаты страховой премии
14. Понятие рабочего места продавца СК. Виды рабочих мест. Факторы, влияющие на организацию и устройство рабочих мест продавцов СК.
15. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности
16. Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж
17. Практические рекомендации по организации дополнительных офисов продаж
18. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж
19. Автоматизация деятельности офиса розничных продаж
20. Модели реализации директ-маркетинга. Аутсорсинг как бизнес-процесс страховой компании
21. Понятие и структура базы данных о клиентах. Требования к базе данных о клиентах
22. Этапы технологии подготовки письменных обращений к клиенту
23. Организация обратной связи с клиентом в технологии директ-маркетинга
24. Способы доставки страховой услуги и финансовых расчетов
25. Методы оценки эффективности директ-маркетинговых кампаний.

3.1 Перечень вопросов и типовых практических заданий для подготовки к комплексному дифференцированному зачету по МДК.01.03 Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)

1. Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании
2. Назначение, преимущества и организация работы контакт-центра
3. Программное обеспечение для контакт-центра
4. Организация рабочих мест операторов Call центров
5. Этапы телефонных продаж. Проблемы и правила успешных продаж.
6. Стратегия телефонных продаж в отношении потенциальных клиентов
7. Услуги, предоставляемые аутсорсинговыми контакт-центрами
8. Требования к качеству аутсорсингового контакт-центра
9. Комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж
10. Этапы реализации технологии персональных продаж
11. Организационные структуры персональных продаж, их особенности
12. Цели составления БД и технологии сбора информации в технологии персональных продаж
13. Этапы составления клиентской БД в технологии персональных продаж
14. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров
15. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании
16. Интернет магазин страховой компании как основное ядро интернет технологии продаж.
17. Интернет заявка. Интернет платеж. Интернет магазин.
18. Особенности организации предоставления интернет полисов через Интернет.
19. Основные требования к сайтам. Страховой калькулятор.
20. Цели и задачи онлайн страхования.
21. Преимущества и недостатки онлайн страхования.
22. Роль информационных технологий в разных сферах жизни общества.
23. Физические компоненты интернет технологий.
24. Логические компоненты интернет технологий.
25. Что представляют собой интернет технологии в физическом смысле.
26. Что представляют собой интернет технологии в логическом смысле.
27. Обзор основных провайдеров для организации интернет взаимодействия между страхователем и страховщиком.
28. Информационная услуга как передовой информационный продукт.
29. Дать понятие интернет страхования.
30. Организация интернет представительства страховой компании.
31. Достоинства и недостатки интернет представительств.

Комплексный дифференцированный зачет по ПП.01.01 проходит в форме ответов на уточняющие вопросы по отчету о практике, защиты отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

3.2. Задания для промежуточной аттестации по
МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям);
МДК 01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям);
ПП.01.01 Производственной практике (по профилю специальности) по ПМ.01
Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

ЗАДАНИЕ № 1.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Роли и функции, выполняемые менеджером по продажам.
2. Структура профессионального профиля менеджера по продажам. Источники поиска менеджера по продажам.

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

3. Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании
4. Назначение, преимущества и организация работы контакт-центра

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 2.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Этапы разработки технологии сетевых посреднических продаж: определение целевых клиентских сегментов, определение страховых продуктов, определение каналов продаж.
2. Документы, разрабатываемые для технологии продаж.

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

3. Программное обеспечение для контакт-центра
4. Организация рабочих мест операторов Call центров

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 3.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Контроль реализации технологии сетевых посреднических продаж. Программа «тайный покупатель», опыт ее реализации в страховых компаниях.
2. Программы страхования в жилищной сфере. Этапы реализации программы страхования жилья, их содержание.

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

3. Этапы телефонных продаж. Проблемы и правила успешных продаж.
4. Стратегия телефонных продаж в отношении потенциальных клиентов

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 4.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Технология страхования объектов жилого фонда и гражданской ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ.
2. Технология продаж полисов через автосалоны: порядок разработки и реализации.

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

3. Услуги, предоставляемые аутсорсинговыми контакт-центрами
4. Требования к качеству аутсорсингового контакт-центра

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 5.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Технология продаж полисов через предприятия розничной торговли: порядок разработки и реализации.
2. Технология продаж полисов через туристические фирмы: порядок разработки и реализации.

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

3. Комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж
4. Этапы реализации технологии персональных продаж

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 7.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Определение перечня перспективных предприятий для реализации технологии ПРМ
2. Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для технологии ПРМ

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

3. Организационные структуры персональных продаж, их особенности
4. Цели составления БД и технологии сбора информации в технологии персональных продаж

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 8.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Механизм уплаты страховой премии
2. Понятие рабочего места продавца СК. Виды рабочих мест. Факторы, влияющие на организацию и устройство рабочих мест продавцов СК.

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

3. Этапы составления клиентской БД в технологии персональных продаж
4. Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 9.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности
2. Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж

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

3. Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании
4. Интернет магазин страховой компании как основное ядро интернет технологии продаж.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 10.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Практические рекомендации по организации дополнительных офисов продаж
2. Продуктовый ряд точки розничных продаж. Рекламная поддержка точек продаж

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

3. Интернет заявка. Интернет платеж.
4. Интернет магазин.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 11.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Автоматизация деятельности офиса розничных продаж
2. Модели реализации директ-маркетинга. Аутсорсинг как бизнес-процесс страховой компании

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

3. Особенности организации предоставления интернет полисов через Интернет.

4. Основные требования к сайтам. Страховой калькулятор.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 12.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Понятие и структура базы данных о клиентах. Требования к базе данных о клиентах
2. Этапы технологии подготовки письменных обращений к клиенту

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

3. Цели и задачи онлайн страхования.
4. Преимущества и недостатки онлайн страхования.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 13.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Организация обратной связи с клиентом в технологии директ-маркетинга
2. Способы доставки страховой услуги и финансовых расчетов

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

3. Роль информационных технологий в разных сферах жизни общества.
4. Физические компоненты интернет технологий.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 14.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

1. Подготовка и согласование брокерских договоров.
2. Формы взаимодействия между страховым брокером, страховой организацией и страхователем. Нормативная база компании по работе с брокером

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

3. Логические компоненты интернет технологий.
4. Что представляют собой интернет технологии в физическом смысле.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 15.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Что представляют собой интернет технологии в логическом смысле.
4. Обзор основных провайдеров для организации интернет взаимодействия между страхователем и страховщиком.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 16.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Информационная услуга как передовой информационный продукт.
4. Дать понятие интернет страхования.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 17.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Организация интернет представительства страховой компании.
4. Достоинства и недостатки интернет представительств.

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 18.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Методы оценки эффективности директ-маркетинговых кампаний
4. Роль информационных технологий в разных сферах жизни общества

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 19.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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

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

3. Программное обеспечение для контакт-центра
4. Организация рабочих мест операторов Call центров

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 20.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Этапы телефонных продаж. Проблемы и правила успешных продаж.
4. Стратегия телефонных продаж в отношении потенциальных клиентов

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

ЗАДАНИЕ № 21.

МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

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.

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

3. Услуги, предоставляемые аутсорсинговыми контакт-центрами
4. Комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

5. Ответы на уточняющие вопросы по отчету о практике, защита отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации), или др.

Лист регистрации изменений
 в Фонд оценочных средств на 20__ - 20__ учебный год
МДК 01.02 Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям);
МДК 01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям);
ПП.01.01 Производственной практике (по профилю специальности)
 по специальности 38.02.02 Страхование дел (по отраслям)

№ п/п	Внесенные изменения	Содержание изменений

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

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