

СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙПОТРЕБСОЮЗ
ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ»

СОГЛАСОВАНО

Директор
Ставропольского филиала
АО «Страховая компания СОГАЗ-Мед»
А.О. Макоева
«20» августа 20 21 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума
А.А. Намиток

«30» августа 20 21 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ В
СТРАХОВАНИИ

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

Базовая подготовка

Ставрополь, 2021

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 28.07.2014 № 833 (ред. от 13.07.2021) (Зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2014 № 33821) базовой подготовки укрупненной группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

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

Разработчик (и):

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

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании рассмотрена на заседании цикловой комиссии «Учетно-экономических дисциплин, поварского, кондитерского дела и транспорта»

Протокол № 10 от 31 мая 2021 года

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании рекомендована Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Протокол № 5 от 1 июня 2021 года

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании рекомендована Методическим советом ЧПОУ «Кооперативный техникум»

Последние изменения Протокол № 1 от 30 августа 2021 года

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	40
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	60

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ В СТРАХОВАНИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям), утвержденного приказом Минобрнауки России от 28.07.2014 № 833 (ред. от 13.07.2021) (Зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2014 № 33821), базовой подготовки укрупненной группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Реализация различных технологий розничных продаж в страховании и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании может быть использована в реализации программ повышения квалификации и переподготовки специалистов среднего звена, работающих в страховых компаниях.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе 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 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.

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего часов с учетом практик -563 часа, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 407 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 274 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 109 часов

практических занятий - 98 часов;

учебной практики-36 часов

производственной практики (по профилю специальности) - 120 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Реализация различных технологий розничных продаж в страховании, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме практ. подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-1.10	Раздел 1. Реализация посреднических продаж страховых продуктов (по отраслям)	155	86	105	29		42		-
	в том числе консультации	8							
ПК 1.1-1.10	Раздел 2. Реализация прямых продаж страховых продуктов (по отраслям)	162	88	108	52	20	44	-	-
	в том числе консультации	10							
ПК 1.1-1.10	Раздел 3. Реализация интернет-продаж страховых полисов (по отраслям)	90	40	61	17		23	-	-
	в том числе консультации	6							
	Итого:	407		274	98	20	109	-	-
	Учебная практика, часов	36	36					36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	120	108						108
	в том числе консультации	12							
	Всего:	563	358	274	98	20	36	36	108

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Реализация посреднических продаж страховых продуктов (по отраслям)		155	
МДК 01.01. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)		155	
Тема 1.1. Реализация технологии агентских продаж	Содержание учебного материала	14	
	1. Технология работы свободных страховых агентов. Понятие страхового агента. Этапы работы страхового агента: поиск клиента, подготовка к визиту, выявление потребностей клиента, аргументация и представление определенных страховых услуг, преодоление возражений, техническая подготовка договора, заключение страхового договора, обеспечение регулярных контактов со страхователем, их содержание. Должностные обязанности страхового агента. Требования к квалификации, к знаниям и личным качествам страхового агента		1
	2. Технология развития продаж через агентских менеджеров. Принципы управления агентской сетью. Разновидности агентских сетей: простое агентство, пирамидальная структура, многоуровневая сеть, их характеристика. Методология планирования развития агентских сетей (метод DOME, SWOT – анализ)		2
	3. Оценка эффективности собственной агентской сети. Расчет затрат (инвестиций) на развитие агентской сети. Оценка объема агентских продаж, необходимого для возврата инвестиций (в виде агентских платежей за проданные полисы). Обоснование количества работающих агентов, необходимого для достижения запланированных результатов. Поиск стратегий с целью улучшения полученных результатов.		2
	4. Этический кодекс работы в команде. Права и обязанности членов команды. Ответственность при работе командой. Преимущества и недостатки командной работы. Основные факторы успеха для эффективной командной работы. Типы страховых агентов, их характеристика.		2
	5. Технология развития продаж через агентства. Понятие страхового агентства.		2

		Основные этапы работы страхового агентства: оценка рейтинга страховых компаний, формирование клиентской базы, заключение договора на оказание юридических и информационных услуг, предложение услуг юриста по решению спорных вопросов, предложение перечня популярных страховых компаний с пакетом дополнительных услуг, их содержание. Показатели оценки плана продаж. Методы разработки плана продаж: метод прогноза, метод экстраполяции, нормативный метод, метод капитализации, их содержание		
	Практические занятия 1. Заполнение макета должностной инструкции страхового агента 2. Расчет количества агентов, необходимого для достижения запланированных результатов 3. SWOT – анализ страховой компании 4. Разработка плана продаж страхового агентства с применением различных методов планирования 5. Семинарское занятие. Оценка деятельности страховых компаний на современном страховом рынке		6	
	Самостоятельная работа обучающихся Изучить статистику поло-возрастной структуры страховых агентов в России Решение ситуационных задач на определение эффективности агентской сети Составление перечня сильных и слабых сторон, угроз и возможностей страховой компании Психологическое тестирование обучающихся «Оценка стиля поведения в конфликтной ситуации (тест К. Томаса)», «Оценка ценностных ориентаций личности агента (тест М. Рокича)» Подготовить статистику ведущих страховых агентств на российском страховом рынке Изучение функций органов планирования продаж (Правления СК, Бюджетного комитета, финансово-экономической службы, фронт-офиса) Подготовка к семинарскому занятию, обзор литературы		10	
	Содержание учебного материала		16	
Тема 1.2. Реализация технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами	1.	Привлечение брокеров к сотрудничеству. Понятие страхового брокера, его отличия от страхового агента. Этапы технологии брокерских продаж. Модели организации технологии брокерских продаж: децентрализованная и децентрализованная, их характеристика. Мероприятия по привлечению брокеров		1
	2.	Оформление юридических отношений со страховым брокером. Подготовка проектов совместного бизнеса, бизнес-планов, договоров. Подготовка и согласование брокерских договоров. Формы взаимодействия между страховым брокером, страховой организацией и страхователем. Нормативная		2

		база компании по работе с брокером		
	3.	Обеспечение страховых брокеров необходимыми материалами. Выдача полисов и бланков компании страховым брокерам. Информационное обеспечение страхового брокера. Проведение первичного продуктового обучения страхового брокера		1
	4.	Поддержка брокерских продаж. Организация обучения сотрудников брокерских компаний. Рассылка информационных материалов по продуктам компании. Консультирование брокеров по видам страхования, работа над ошибками. Прием заявок на страхование, осуществление связи брокеров с андеррайтерами. Взаимодействие с бэк-офисом по вопросам подготовки договоров страхования и внесение в них изменений. Подготовка документов на тендеры, в которых участвует брокер		2
	5.	Прием выполненных брокером работ. Этапы приема выполненных брокером работ. Отчетность брокера. Порядок и сроки предоставления отчета. Форма отчета.		2
		Практические занятия 1.Семинарское занятие. Мероприятия по привлечению брокеров 2. Сравнительный анализ различных форм взаимодействия страховых брокеров со страховой организацией и страхователем 3.Оценка эффективности и выбор поставщиков материалов Оценка эффективности различных способов поддержки брокерских продаж	6	
		Самостоятельная работа обучающихся Заполнить таблицу «Отличия страхового брокера от страхового агента» Подготовка сообщений на тему «Развитие брокерского канала продаж в России и за рубежом» Подготовка к семинарскому занятию, анализ литературы Подготовить типовой договор страховой компании со страховым брокером на примере российской страховой компании с использованием сети Интернет	11	
Тема 1.3. Реализация технологии банковских продаж	Содержание учебного материала		18	
	1.	Создание базы данных по банкам и проведение переговоров. Мотивы участия страховщиков в банковском страховании. Мотивы участия банков в страховании. Элементы работы с базой данных по партнерам. Рекомендации при проведении переговоров с банком. Методы, тактические приемы переговоров. Роли участников переговоров. Степень достижения целей в процессе переговоров.		1
	2.	Определение стратегии банковских продаж: односторонняя стратегия продаж, двусторонняя стратегия продаж, стратегия продаж с посредником, их характеристика.		1
	3.	Выбор страховых и банковских продуктов. Страховые и банковские продукты для банковского страхования: сопутствующие, связанные,		2

		интегрированные, банковские продукты. Технология реализации наиболее популярных страховых и банковских продуктов.		
	4.	Заключение соглашения с банком и определение регламента взаимодействия. Форма взаимодействия на основе агентского соглашения, взаимодействие на основе кооперации, «финансовый супермаркет», их достоинства и недостатки.		1
	5.	Обучение и мотивация сотрудников банка. Причины неудовлетворительной причины продавцов. Составляющие курса обучения банковских сотрудников. Побудительные мотивы сотрудников банка. Типы мотиваций. Основа мотивации банковских сотрудников за продажу страховых полисов.		2
	6.	Создание рабочего места для сотрудника страховой компании в банке. Формы продаж страховых услуг в банке. Автоматизация страхового агента.		2
	7.	IT-обеспечение банковских продаж. Совместные банковские и страховые IT-программы, их характеристика, функциональные возможности.		1
	8.	Контроль реализации технологии банковских продаж. Система внутреннего контроля реализации технологии банковского страхования: ее элементы, функции, цели и направления. Служба внутреннего контроля. Организация контроля на индивидуальном уровне		2
	Практические занятия 1.Выбор стратегии продаж в соответствии с ситуацией на страховом рынке 2.Распределение страховых и банковских продуктов в соответствии с клиентскими сегментами 3.Подготовка и проведение переговоров по развитию банковского страхования 4.Решение практических ситуаций по обучению страховых агентов техникам продвижения страховых продуктов и по мотивации сотрудников банка		8	
	Самостоятельная работа обучающихся Изучить опыт проведения переговоров о сотрудничестве российских страховых компаний с банками Подготовить рейтинг наиболее стратегичных страховых компаний в России с использованием сети Интернет Изучить ассортимент популярных банковских продуктов на примере конкретного банковского учреждения России (по выбору студента) Составление обучающимися перечня собственных мотивов для обучения технике продвижения страховых продуктов Подготовить сообщение на тему «Современные технологии создания рабочих мест страховых агентов»		10	
Тема 1.4. Реализация технологии сетевых посреднических продаж	Содержание учебного материала		26	
	1.	Определение сетевых посредников для своей компании в соответствии с избранной маркетинговой стратегией: автосалоны, почта, банки, предприятия, туристические фирмы, предприятия розничной торговли,		2

		жилищно-эксплуатационные организации. Структура маркетинговой стратегии страховой компании по работе с сетевыми посредниками. Подходы к разработке маркетинговой стратегии: вероятностный и сценарный. Методика увеличения продаж полисов через посредников.	
	2.	Назначение ответственного за продажи «технологического менеджера». Роли и функции, выполняемые менеджером по продажам. Структура профессионального профиля менеджера по продажам. Источники поиска менеджера по продажам.	2
	3.	Разработка плана мероприятий по реализации технологии сетевых посреднических продаж. Понятие и структура маркетингового плана страховой компании. Этапы разработки плана маркетинга. Контроль реализации плана.	2
	4.	Разработка и документирование технологии сетевых посреднических продаж. Этапы разработки технологии сетевых посреднических продаж: определение целевых клиентских сегментов, определение страховых продуктов, определение каналов продаж. Документы, разрабатываемые для технологии продаж.	2
	5.	Обучение продавцов технологии сетевых посреднических продаж и трансферт ее в регионы. Модель организации процесса обучения продавцов технологии сетевых посреднических продаж. Методы обучения. Проблемы, возникающие при обучении. Понятие и разновидности трансферта технологии: региональный, межрегиональный, межгосударственный и транснациональный. Формы передачи технологии: возмездные и безвозмездные.	2
	6.	Реализация технологии сетевых посреднических продаж. Условия реализации технологии продаж: технология работы (процесс) гарантирует выполнение поставленных целей и задач; взаимодействие с внешней средой; возможности трудового ресурса (персонала); документация деятельности персонала; управленческие воздействия на процесс выполнения технологии с целью достижения нужного результата.	2
	7.	Контроль реализации технологии сетевых посреднических продаж. Внутренняя и внешняя система контроля реализации технологии. Программа «тайный покупатель», опыт ее реализации в страховых компаниях.	2
	8.	Технология страхования жилых помещений: разработка плана реализации технологии; заключение необходимых договоров с предприятиями ЖКХ, реализация программы в регионе. Программы страхования в жилищной сфере. Этапы реализации программы страхования жилья, их содержание. Преимущества программы страхования жилья.	1
	9.	Технология страхования объектов жилого фонда и гражданской	1

		ответственности собственников жилья и организаций эксплуатантов в сфере ЖКХ. Комплексная системная программа страхования в жилищной сфере		
10.		Технология продаж полисов через почту: порядок разработки и реализации. Страховые продукты, реализуемые через почту. Преимущества работы с почтой. Технологии продажи полисов через почту.		2
11.		Технология продаж полисов через автосалоны: порядок разработки и реализации. Условия, преимущества и спектр услуг, предоставляемых страховщиками в автосалоне. Технология продаж ОСАГО. Технология продаж КАСКО.		2
12.		Технология продаж полисов через предприятия розничной торговли: порядок разработки и реализации.		2
13.		Технология продаж полисов через туристические фирмы: порядок разработки и реализации.		2
14.		Технология продаж полисов через салоны сотовой связи: порядок разработки и реализации. Варианты страхования через салоны сотовой связи: страхование мобильных телефонов, страхование кредитных карт, страхование владельцев телефонов от потери постоянной работы.		2
15.		Технология продаж коробочных страховых продуктов через различные каналы продаж. Преимущества «коробочного» страхового продукта для страхователя. Преимущества «коробочного» страхового продукта для страховщика. Недостатки «коробочного» страхового продукта. Технология создания и реализации «коробочных» страховых продуктов.		1
Практические занятия 1. Оценка эффективности и выбор сетевых посредников Оценка и отбор кандидатов на должность ответственного за продажи «технологического менеджера» 2. Разработка плана мероприятий по реализации технологии продаж на примере конкретной страховой компании Оценка эффективности технологии продаж через предприятия ЖКХ и разработка мероприятий по повышению ее качества 3. Оценка эффективности продаж полисов через почтовые отделения и разработка мероприятий по повышению ее качества Оценка эффективности технологии продаж через автосалоны и разработка мероприятий по повышению ее качества 4. Оценка эффективности технологии продаж через предприятия розничной торговли и разработка мероприятий по повышению ее качества Оценка эффективности технологии продаж полисов через туристические фирмы и разработка мероприятий по повышению ее качества Оценка эффективности технологии продаж полисов через салоны сотовой связи и разработка мероприятий по повышению ее качества			9	

		5. Оценка результатов технологии продаж коробочных страховых продуктов и разработка мероприятий по повышению ее качества		
		Самостоятельная работа обучающихся Подготовить сообщение на тему «Тенденции развития каналов продаж в странах с переходной и развитой экономикой» Составить перечень функциональных обязанностей менеджера по продажам страховой компании на основе статистики вакансий Анализ содержания современных программ обучения продавцов страховых продуктов на предмет их достоинств и недостатков Подготовить и заполнить примерную форму контроля за реализацией технологии продаж с использованием сети Интернет Подготовить статистику российских страховых компаний, реализующих технологии страхования на рынке ЖКХ Составить перечень российских страховых компаний, сотрудничающих с крупными автосалонами Подготовить сообщение на тему «Перспективы развития технологии продаж страховых полисов через торговые сети» Подготовить отчет на тему «Варианты страхования в туризме» на примере российской страховой компании (по выбору студента) Выбор темы курсовой работы, подбор литературы Подбор литературы для составления плана курсовой работы Изучить ассортимент коробочных страховых продуктов российской страховой компании (по выбору студента) Обзор литературы для оформления введения к курсовой работе	11	
Консультации			8	
Дифференцированный зачет по МДК 01.01. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)			2	
Раздел 2. Реализация прямых продаж страховых продуктов (по отраслям)			162	
МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)			162	
Тема 2.1. Реализация технологии продаж полисов на рабочих местах	Содержание учебного материала		6	
	1	Преимущества технологии ПРМ для предприятия, сотрудников и страховой компании. Содержание технологии продажи полисов на рабочих местах		1
	2	Определение перечня перспективных предприятий для реализации технологий ПРМ. Стратегии поиска партнеров действующих и вновь создаваемых компаний. Этапы процесса предварительного поиска партнеров, их характеристика. Информационная база анализа партнерских отношений.		2

	3	Разработка продуктового ряда и комплексных программ страхования для технологии ПРМ. Разновидности страховых продуктов по участию в социальном пакете, по способу расчета, по уровню автоматизации, по сложности, их характеристика.		2	
	4	Механизм уплаты страховой премии. Экономический, юридический, математический смысл страховых взносов (страховых премий). Классификация страховых взносов по назначению, по характеру рисков, по форме уплаты, в зависимости от последовательности уплаты, по времени уплаты, в зависимости от отражения в балансе страхового общества, по величине, в зависимости от способа начисления, их характеристика.		2	
	5	Оборудование рабочего места продавца страховых услуг и автоматизация продаж. Понятие рабочего места. Виды рабочих мест. Факторы, влияющие на организацию и устройство рабочих мест продавцов страховой компании, их характеристика. Требования к проектированию рабочего места, их содержание.		2	
	6	Реализация технологии ПРМ и контроль ее эффективности. Назначение ответственного за реализацию технологии ПРМ менеджера как этап реализации технологии продаж. Ограничения реализации технологии ПРМ.		1	
	Практические занятия 1.Оценка и выбор перспективных предприятий для сотрудничества 2.Формирование продуктового портфеля в рамках технологии продаж полисов на рабочих местах 3.Оценка вариантов уплаты страховой премии		6		
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение опыта страховых компаний, реализующих технологию продаж полисов на рабочих местах Обзор статистики ведущих российских предприятий, сотрудничающих со страховыми компаниями Обзор опыта формирования продуктового ряда российских страховых компаний Решение практических ситуаций с применением различных механизмов уплаты страховой премии Изучение признаков стационарного и временного рабочих мест		6		
	Тема 2.2. Технология прямых офисных продаж	Содержание учебного материала		6	
		1	Разработка бизнес-плана открытия точки розничных продаж. Понятие точки продаж и дополнительного офиса продаж. Этапы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж страховой компании, их содержание.		2
		2	Маркетинговый анализ открытия точки продаж. Элементы маркетингового анализа точки продаж/дополнительного офиса: анализ страхового рынка и конкурентов, сегментация рынка, ценовая конкуренция, разработка маркетинговой стратегии, рекламная политика. Практические рекомендации		2

		по организации дополнительных офисов продаж.		2
	3	Продуктовый ряд точки розничных продаж. Особенности продуктовой политики офисов и точек продаж страховой компании. Преимущества стандартизированных «коробочных» страховых продуктов. Рекламная поддержка точек продаж. Понятие и назначение рекламы в ходе реализации проекта развития дополнительных офисов продаж. Особенности имиджевой и продуктовой рекламы. Носители рекламы на этапе продвижения на рынок страховой продукции. Структура расходов на рекламу.		
	4	Материально-техническое обеспечение и автоматизация деятельности офиса розничных продаж страховой компании. Особенности оснащения офисов продаж в отдельно стоящих зданиях и на территории других юридических лиц. Элементы наружного и внутреннего оформления офисов. Автоматизированный программный комплекс офиса продаж, его основные возможности.		
	Практические занятия 1.Подготовка типового проекта бизнес-плана открытия точки розничных продаж 2.Маркетинговое исследование нового рынка на предмет открытия точек продаж 3. SWOT-анализ точки продаж 4.Выявление конкурентов и перспективных сегментов рынка 5.Рекламная поддержка точки продаж		10	
	Самостоятельная работа обучающихся Статистический обзор российского страхового рынка для описания раздела бизнес-плана «Описание отрасли и место компании в ней» Составление перечня российских компаний-конкурентов, применяющих технологию прямых офисных продаж для оформления раздела бизнес-плана «Маркетинговый план» Изучение ассортимента страховых продуктов ведущих российских страховых компаний, реализующих технологию прямых офисных продаж с использованием сети Интернет Сравнение различных современных ИТ, применяемых для автоматизации процессов страховой компании, с целью выявления их достоинств и недостатков Составление рейтинга наиболее эффективных типов рекламы на примере конкретной отрасли страхования Оценка эффективности рекламных носителей применительно к повышению знания марки страховщика, расширению продаж и увеличению на основе данных опроса потребителей		6	
Тема 2.3. Директ-маркетинг как технология прямых продаж	Содержание учебного материала		4	
	1	Понятие, цели, отличительные черты, формы, достоинства и недостатки директ-маркетинга. Модели реализации технологии директ-маркетинга:		1

		аутсорсинговая, инсорсинговая, косорсинговая, бэксорсинговая. Аутсорсинг как бизнес-процесс страховой компании: преимущества и недостатки.		
	2	Понятие и структура базы данных потенциальных и существующих клиентов. Требования к базе данных о клиентах.		2
	3	Этапы подготовки директ-обращения. Стратегия убеждения при подготовке обращения к клиенту. Понятие и сущность убеждающих обращений. Прямая почтовая рассылка как способ организации обратной связи с клиентом. Структура анкеты (вопросника) и правила ее составления.		2
	4	Способы доставки страховых услуг(продуктов): курьерская доставка, получение полиса в офисе компании, доставка почтой России, по электронной почте, их характеристика. Способы финансовых расчетов: наличными, в безналичной форме, путем зачета встречных тербований, их характеристика.		2
	5	Методы оценки эффективности директ-маркетинговых кампаний: подсчет количества обращений, анализ результативности, опрос, «фокус-группа», тестирование, их характеристика. Технологии как показатель эффективности директ-маркетинга.		2
	Практические занятия 1.Выбор и оценка эффективности моделей реализации технологии директ-маркетинга 2.Подготовка текста письменного обращения к клиенту. 3.Создание системы отзывов и предложений страховой компании. 4.Выбор способов доставки страховой услуги клиенту компании 5.Оценка эффективности реализации технологии директ-маркетинга по базовым показателям		10	
	Самостоятельная работа обучающихся Статистический обзор российских страховых компаний, реализующих технологию директ-маркетинга Составление перечня сильных и слабых сторон модели реализации технологии директ-маркетинга на примере конкретной страховой компании (по выбору учащегося) Изучение опыта подготовки письменных обращений к клиентам ведущих российских страховых компаний Подготовка сообщений о клиринговых расчетах Изучение порядка формирования бюджета директ-маркетинговой кампании Решение практических ситуаций на расчет показателей эффективности технологии директ-маркетинга Подготовка сообщения о методике тестирования в технологии директ-маркетинга		5	
Тема 2.4. Технология	Содержание учебного материала		12	

телефонных продаж	1	Технология телефонных продаж как составная часть CRM-стратегии страховой компании. Понятие CRM-системы, ее возможности. Задачи CRM-системы. Преимущества и недостатки CRM-системы.		1
	2	Контакт-центр страховой компании: предназначение, состав и организация работы. ИТ-обеспечение деятельности контакт-центра. Назначение, преимущества и организация работы контакт-центра. Программное обеспечение для контакт-центра		1
	3	Требования к персоналу контакт-центра, подбор, обучение и управление персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности. Требования к сотрудникам контакт-центра. Подбор и обучение сотрудников контакт-центра. Управление работой сотрудников контакт-центра		2
	4	Материально-техническое обеспечение деятельности контакт-центра и организация рабочих мест операторов. Оборудование для универсальных Call центров. Организация рабочих мест операторов		2
	5	Продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам. Этапы телефонных продаж. Проблемы и правила успешных продаж. Стратегия продаж в отношении потенциальных клиентов.		2
	6	Аутсорсинг контакт-центра. Услуги, предоставляемые аутсорсинговыми контакт-центрами. Требования к качеству аутсорсингового контакт-центра. Показатели качества услуг аутсорсингового контакт-центра		1
	7	Комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж. Формы сочетания директ- и теле- маркетинга: адресная рассылка + телефонный звонок и телефонный звонок + адресная рассылка, их достоинства и условия применения.		2
	Практические занятия 1.Оценка показателей работы контакт-центра 2.Решение практических ситуаций по оценке организации работы контакт-центра и поиску предложений по ее совершенствованию 3.Решение практических ситуаций по управлению персоналом контакт-центра 4.Моделирование диалога телефонных переговоров с клиентами. Работа над ошибками. 5.Решение практических ситуаций по осуществлению телефонных продаж страховых продуктов.		12	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ объявлений о вакансиях на должность сотрудника контакт-центра с целью выявления требований к кандидатам Статистический обзор российских страховых компаний, реализующих технологию телефонных продаж Изучение ПО модуля оператора (агента) контакт-центра Изучение поставщиков ПО и оборудования для современных контакт-центров		21	

Тема 2.5. Технология персональных продаж в розничном страховании	Содержание учебного материала		6	
	1	Персональные продажи при организации обслуживания ключевых розничных клиентов. Достоинства и недостатки технологии персональных продаж. Этапы реализации технологии персональных продаж		2
	2	Создание организационной структуры персональных продаж. «Жесткая» и «мягкая» организация сбытового подразделения: их достоинства и недостатки, условия применения.		2
	3	Создание баз данных по ключевым клиентам. Цели составления БД и технологии сбора информации. Этапы составления клиентской БД		2
	4	Подбор и обучение персональных клиентских менеджеров. Современные формы развития и обучения персональных клиентских менеджеров. Типы и формы корпоративных программ обучения.		2
	5	Организация взаимодействия персональных клиентских менеджеров со службами компании. Действия, необходимые для построения системы клиентских менеджеров.		2
	6	Организация качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги, сопровождения договора страхования и урегулирования убытков. Потребности клиента и факторы качественного обслуживания клиента. Частные показатели качества страхового обслуживания		2
	Практические занятия 1.Формирование клиентской базы данных. 2. Оценка кандидатов на должность клиентского менеджера. 3. Моделирование взаимодействия персональных менеджеров со службами компании на основе анализа должностных инструкций 4.Разработка плана персональных продаж 5.Оценка сервиса, предлагаемого клиентам компании, по системе базовых показателей		14	
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение методологии коучинга как прогрессивной формы обучения персональных клиентских менеджеров Анализ требований к качеству сервиса, предъявляемых российскими клиентами к страховым компаниям		6	
	Консультации		10	
Комплексный дифференцированный зачет по МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям); МДК. 01.03 Интернет – продажи страховых полисов (по отраслям); Производственной практике (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании		2		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		20		

Примерная тематика курсовых работ (проектов) 1. Реализация технологии агентских продаж в личном страховании 2. Реализация технологии агентских продаж в имущественном страховании 3. Реализация технологии агентских продаж в страховании ответственности 4. Реализация технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами в личном страховании 5. Реализация технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами в имущественном страховании 6. Реализация технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами в страховании ответственности 7. Реализация технологии банковских продаж в личном страховании 8. Реализация технологии банковских продаж в имущественном страховании 9. Реализация технологии банковских продаж в страховании ответственности 10. Реализация технологии сетевых посреднических продаж в личном страховании 11. Реализация технологии сетевых посреднических продаж в имущественном страховании 12. Реализация технологии сетевых посреднических продаж в страховании ответственности 13. Реализация технологии продаж полисов на рабочих местах в личном страховании 14. Реализация технологии продаж полисов на рабочих местах в имущественном страховании 15. Реализация технологии продаж полисов на рабочих местах в страховании ответственности 16. Реализация технологии прямых офисных продаж в личном страховании 17. Реализация технологии прямых офисных продаж в имущественном страховании 18. Реализация технологии прямых офисных продаж в страховании ответственности 19. Реализация директ-маркетинга как технологии прямых продаж в личном страховании 20. Реализация директ-маркетинга как технологии прямых продаж в имущественном страховании 21. Реализация директ-маркетинга как технологии прямых продаж в страховании ответственности 22. Реализация технологии телефонных продаж в личном страховании 23. Реализация технологии телефонных продаж в имущественном страховании 24. Реализация технологии телефонных продаж в страховании ответственности 25. Реализация технологии персональных продаж в личном страховании 26. Реализация технологии персональных продаж в имущественном страховании 27. Реализация технологии персональных продаж в страховании ответственности 28. Реализация интернет-продаж страховых полисов в личном страховании 29. Реализация интернет-продаж страховых полисов в имущественном страховании 30. Реализация интернет-продаж страховых полисов в страховании ответственности			
Раздел 3. Реализация интернет-продаж страховых полисов (по отраслям)		90	
МДК 01.03. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)		90	
Тема 3.1. Интернет-продажи в	Содержание учебного материала	8	

страховании	1.	Факторы роста интернет-продаж в страховании. Возможности интернет-офиса страховой компании. Пути взаимодействия с клиентами. Тенденции рынка интернет-страхования. Обзор опыта интернет-продаж ведущих страховых компаний России. Способы повышения эффективности интернет-продаж.		1
	Самостоятельная работа обучающихся Обзор опыта интернет-страхования в США и странах Европы		4	
Тема 3.2. Интернет-магазин страховой компании	Содержание учебного материала		12	
	1	Интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж. Отличия интернет-магазинов о традиционных точек продаж. Достоинства и недостатки интернет-магазинов.		2
	2	Правовые основы создания интернет-магазина. Разработка интернет-магазина своими силами и силами сторонней организации: достоинства и недостатки. Покупка готового программного продукта. Франчайзинг программного продукта.		1
	3	Введение в эксплуатацию программного продукта. Найм сотрудников-разработчиков программного продукта. Выработка, постановка и утверждение технического задания. Разработка элементов пользовательского интерфейса. Завершение разработки и тестирование продукта. Построение модели продаж, бета-тестирование.		1
	4.	Технология создания интернет-магазина: установка, базовое наполнение, оформление процесса покупки, массовое заполнение интернет-магазина.		1
	Практическое занятие 1.Оценка эффективности использования интернет-магазина 2.Отработка навыков обновления данных интернет-магазина		6	
	Самостоятельная работа обучающихся Обзор НПА, регулирующих интернет-торговлю Обзор рынка труда в сфере информационных технологий на предмет выявления востребованности ИТ-специалистов Обзор методик создания интернет-магазина на предмет выявления схожих черт и отличий, составление аналитической таблицы Подготовка сообщений на тему «Эффективное интернет-представительство страховой компании»		10	
	Тема 3.3. Страховые интернет-продукты	Содержание учебного материала		10
1.		Требования к страховым интернет-продуктам. Блок-схема страхового продукта, описание ее элементов.	2	
2.		Товарная политика страховой компании в сети Интернет. Разработка новых страховых интернет-продуктов, характеристика этапов процесса.	2	
3.		Интернет-услуга, ее характеристики. Составляющие элементы комплексной	2	

		услуги интернет-страхования.		
		Самостоятельная работа обучающихся Изучение ассортимента страховых интернет-продуктов ведущих российских страховых компаний Решение практических ситуаций по анализу ассортимента страховых интернет-продуктов с применением методики БКГ	4	
Тема 3.4. Автоматизированные калькуляторы	Содержание учебного материала		8	
	1.	Создание автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем. Калькуляторы КАСКО, ОСАГО, ДМС, принципы их работы		1
	2.	Способы оплаты страхового взноса: наличный и безналичный. Платежи банковскими картами и банковские переводы. Мгновенные платежи. Понятие платежной системы Интернет. Требования к платежной системе: соблюдение конфиденциальности, сохранение целостности информации, аутентификация, авторизация, гарантия рисков продавца, минимизация платы за транзакцию.		1
	Практическое занятие 1.Оценка и выбор способов оплаты страхового взноса 2.Отработка навыков использования автоматизированных калькуляторов		7	
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение достоинств и недостатков наиболее популярных платежных систем		2	
Тема 3.5. Организация функционирования интернет-магазина	Содержание учебного материала		4	
	1.	Организация функционирования интернет-магазина страховой компании и контроль эффективности его использования. Размещение информации о страховых продуктах.		1
	2.	Привлечение потенциальных клиентов на сайт компании. Сегментация целевой аудитории посетителей сайта. Анализ структуры топологии сайта с учетом выделенных акцентов.		
	3.	Осуществление консультации. On-line-продажи. Доставка пакета документов. Сопровождение клиента.		
	Практическое занятие Конструирование сайта для интернет-магазина страховой компании		4	
Самостоятельная работа обучающихся Анализ структуры топологии сайта с учетом выделенных акцентов.		3		
Консультации			6	
Комплексный дифференцированный зачет по МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям); МДК. 01.03 Интернет – продажи страховых полисов (по отраслям); Производственной практике (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании			2	
Итого на освоение программы профессионального модуля			407	

Учебная практика Виды работ Ознакомление с интернет-маркетингом в розничных продажах страховых продуктов: - изучение и анализ сайтов страховых компаний; - проведение расчетов по Онлайн-калькулятору; - выбор оптимальной страховой компании. 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. Ознакомление с технологией директ-маркетинга и оценкой ее эффективности в розничных продажах: - анализ скриптов телефонных продаж разных страховых компаний; - составление письменного обращения к потенциальному и реальному клиенту; - составление претензии в страховую компанию; - создание клиентской базы страховой компании. Дифференцированный зачет по учебной практике	36	
Производственная практика (по профилю специальности) 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. Консультации Комплексный дифференцированный зачет по МДК 01.02. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям);	120 106 12 2	

МДК. 01.03 Интернет – продажи страховых полисов (по отраслям); Производственной практике (по профилю специальности) по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании		
Экзамен по ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании		
Всего	563	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

- Реализация программы модуля предполагает наличие: кабинетов Страхового дела, Страхового права, Междисциплинарных курсов;
- лаборатории Учебная страховая организация;
 - залов: библиотеки, читального зала с выходом в сеть Интернет.

Кабинет страхового права,

Кабинет страхового дела

Кабинет междисциплинарных курсов

Комплект учебной мебели:

- специализированная учебная мебель– 42 посадочных места;
- рабочее место преподавателя -1ед.;
- доска учебная -1 ед.;
- стеллаж – 1 ед.

Наглядные средства обучения:

учебно-наглядные пособия: стенды и плакаты, отражающие содержание программы учебной дисциплины.

Кодексы:

- Налоговый кодекс РФ – 15 шт.
- Гражданский кодекс РФ. – 15 шт.
- Раздаточный материал
- Учебная литература,

Технические средства обучения: технические средства обучения: ноутбук-1 ед.; переносной экран -1 ед., проектор-1 ед.

Перечень плакатов:

Цель и задачи страхования

Принципы и функции страхования

Риски, случаи и интересы в страховании

Участники и объект страхования 5. Формы, виды и классификация видов страхования

Страховые взносы

Финансовая и правовая основа в страховании

Цель и задачи страхового дела

Субъекты и объекты страхового дела

Финансовая устойчивость в страховом деле

Цели и задачи обязательного социального страхования

Система обязательного социального страхования

Правовые и финансовые основы обязательного социального страхования

Субъекты и объект обязательного социального страхования

Риски, случаи и обеспечение в сфере обязательного социального страхования

Цель, задачи и принципы страхового дела в сфере обязательного социального страхования

Страховое дело в сфере обязательного пенсионного страхования.

Страховое дело в сфере обязательного социального страхования на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством

Страховое дело в сфере обязательного медицинского страхования (2 шт.)

Лаборатория Учебная страховая организация

- специализированная учебная мебель– 12 посадочных места;
- рабочее место преподавателя -1ед.;
- доска -1 ед.;

Наглядные средства обучения:

учебно-наглядные пособия: стенды и плакаты, отражающие содержание программы учебной дисциплины:

- Конституция РФ,
- Налоговый кодекс РФ
- Гражданский кодекс
- Коб АП РФ
- Уголовный кодекс
- Учебная литература
- Сейвы – 3 шт.
- Калькуляторы 6 шт.
- Счетчик банк – 1 шт.
- Вакууматор – 1 шт.
- Детектор подлинности банкнот – 1 шт.

Технические средства обучения: технические средства обучения: компьютеров 4 ноутбук-3 ед.; переносной экран -1 ед., проектор-1 ед., МФУ- 1 шт.

Реализация программы профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику, которую рекомендуется проводить в лаборатории Учебная страховая организация, а также производственную практику (по профилю специальности).

ПП.01.01 Производственная практика (по профилю специальности) проводится в профильных организациях в соответствии с договорами о практической подготовке обучающихся

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники (Нормативные документы (в действующей редакции на момент изучения дисциплины))

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: офиц. текст : [по сост. на 30.12.2008 № 6-ФКЗ] // Российская газета. – 25.12.1993. - № 237. – URL <http://www.consultant.ru/>
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации – URL <http://www.consultant.ru/>
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации – URL <http://www.consultant.ru/>
4. Федеральный закон от 28.12.2013 N 422-ФЗ «О гарантировании прав застрахованных лиц в системе обязательного пенсионного страхования Российской Федерации при формировании и инвестировании средств пенсионных накоплений, установлении и осуществлении выплат за счет средств пенсионных накоплений»
5. Федеральный закон от 29.11.2010 N 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 29.12.2006 N 255-ФЗ «Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством»
7. Федеральный закон от 24.07.1998 N 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний»
8. Федеральный закон от 15.12.2001 N 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации».

Основные источники (печатные издания)

1. Скамай, Л. Г. Страховое дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Г. Скамай. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

322 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06634-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/450900>

2. Тарасова, Ю. А. Страховое дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. А. Тарасова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 235 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04249-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/452484>

Дополнительные источники (электронные издания)

ЭБС Znanium: Архипов, А. П. Основы страхового дела / Архипов А.П., Гомелля В.Б. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 544 с.ISBN 5-7958-0414-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/652262> (дата обращения: 28.10.2020)

Периодические издания (журналы, газеты, научные периодические издания)

1. Журнал «Страховое дело и Управление риском (комплект)
2. Журнал «Страховое право»
3. Российская газета, включая «Российскую газету» - Неделя»
4. ЭБС Znanium: Журнал экономических исследований Издатель ИНФРА-М
<https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=e356976c-3cf0-11e5-886b-90b11c31de4c>
5. ЭБС Znanium: Журнал Российского права Издатель НОРМА
<https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=edccd7c0-239e-11e4-99c7-90b11c31de4c>

Интернет – ресурсы

1. Все о страховании. – URL <http://www.o-strahovanie.ru>.
2. Министерство финансов Российской Федерации: официальный сайт. – URL <http://www.minfin.ru>.
3. Пенсионный фонд Российской Федерации: официальный сайт. – URL <http://www.pfrf.ru>.
4. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – URL <http://base.consultant.ru>
5. Справочно-правовая система «Гарант Плюс». – URL <http://www.garantplus.ru>.
6. Федеральная служба страхового надзора: официальный сайт. – URL <http://www.fssn.ru>.
7. Фонд социального страхования Российской Федерации : официальный сайт. – URL <http://www.fss.ru>.
8. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования : официальный сайт. – URL <http://www.ffoms.ru>.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия по изучению междисциплинарного курса профессионального модуля «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании» проводятся в образовательном учреждении, в аудиториях, оснащенных необходимым оборудованием, с применением учебно-методической документации.

При изучении данного модуля необходимо постоянно обращать внимание на то, как практические навыки и изученный теоретический материал могут быть использованы в будущей практической деятельности. При выборе методов обучения предпочтение следует отдавать тем, которые способствуют лучшему установлению контакта с обучающимися и лучшему усвоению ими материала.

Для проведения занятий целесообразно использовать лекционно-семинарские занятия, организационно-деятельностные и деловые игры, проводить тренинги, разбор практических ситуаций, работать с методическими и справочными материалами, применять технические средства обучения и вычислительную технику, организовывать экскурсии в действующие организации.

Учебную практику целесообразно проводить под руководством преподавателя данного модуля в лабораториях техникума, оснащенных необходимым оборудованием и техническими средствами обучения. Формы отчетности по результатам учебной практики определяются образовательным учреждением (отчет и др.).

Обучающиеся имеют право по всем вопросам, возникшим в процессе изучения междисциплинарного курса профессионального модуля, прохождения учебной практики, обращаться к администрации техникума, преподавателям, менторам/наставникам, вносить предложения по совершенствованию образовательного процесса и организации учебной практики. Формы проведения консультаций - групповые, индивидуальные, письменные, устные.

Реализация программы профессионального модуля предполагает обязательную практику по профилю специальности. Практику по профилю специальности необходимо проводить концентрировано в профильных учреждениях по завершению изучения междисциплинарных курсов и прохождения учебной практики. Основными условиями прохождения производственной практики по профилю специальности является наличие квалификационного персонала в действующих профильных учреждениях и соответствие материально-технической базы организаций (предприятий) современным требованиям. Руководство практикой осуществляют преподаватели техникума и специалисты предприятий – баз практики.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

Реализация программы профессионального модуля в рамках междисциплинарного курса должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю данного модуля, проходящими стажировку в профильных учреждениях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Педагогические кадры, осуществляющие руководство практикой в рамках модуля, должны иметь высшее образование, опыт деятельности в учреждениях соответствующей профессиональной сферы, проходить стажировку в профильных учреждениях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.	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;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.	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;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.	организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании; обновлять данные и технологии интернет-магазинов; контролировать эффективность использования интернет-магазина;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
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;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных 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;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи	осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение	Текущий контроль в форме:

полисов на рабочих местах.	договоров страхования;	опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.7. Реализовывать директ – маркетинг как технологию прямых продаж.	Осуществлять 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;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.	осуществлять способы создания системы обратной связи с клиентом; психологию и этику телефонных переговоров; вести телефонные переговоры с клиентами; осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет – маркетинга в розничных продажах.	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; формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет; сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий; оценки выполнения самостоятельной работы.
ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.	разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками; оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры	Текущий контроль в форме: опроса; защиты практических занятий;

	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	оценки выполнения самостоятельной работы.
Итоговый контроль		Экзамен по профессиональному модулю

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
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	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
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	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
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	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии	работа с компьютером, использование специальных программ	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе

в профессиональной деятельности.		освоения образовательной программы модуля
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	самоанализ и коррекция результатов собственной работы	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	делает выводы и обобщения в профессиональной деятельности	- наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы модуля
ЛР1-ЛР15. - В ходе оценивания учитываются в том числе и личностные результаты (см. раздел 2 Программы воспитания).		

Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__ - 20__ учебный год
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.

