**Приложение № 2.4**

к ООП по специальности

38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

Министерство образования Московской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Московской области «Воскресенский колледж»

|  |
| --- |
| Утверждена приказом директора  ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» |
| № 182-0 от 30.08.2022г. |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ

Воскресенск, 2022 г.

Программа профессионального модуля ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности, 38.02.02 Страховое дело (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 года № 833.

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» Климова Л.И

***СОДЕРЖАНИЕ***

|  |  |
| --- | --- |
| **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов**

**1.1.** **Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК | Умения | Знания | Практический опыт |
| ОК 01.  ОК 02.  ОК 03.  ОК 04.  ОК 05.  ОК 06.  ОК 07.  ОК 08.  ОК 09.  ПК 2.1.  ПК 2.2  ПК 2.3.  ПК 2.4 | 1.Анализировать основные показатели страхового рынка;  2.Выявлять перспективы развития страхового рынка;  3.Применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;  4.Формировать стратегию разработки страховых продуктов;  5.Составлять стратегический план продаж страховых продуктов;  6.Составлять оперативный план продаж;  7.Рассчитывать бюджет продаж;  8.Контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;  9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;  10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж;  11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы  12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала;  14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;  16.Рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;  17.Проводить анализ качества каналов продаж; | 1.Роль и место розничных продаж в страховой компании; содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;  2.Принципы планирования реализации страховых продуктов;  3.Нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;  4.Принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;  5.Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;  6.Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;  7.Маркетинговые основы розничных продаж;  8.Методы определения целевых клиентских сегментов;  9.Основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;  10.Порядок формирования ценовой стратегии;  11.Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;  12.Виды и формы плана продаж;  13.Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;  14.Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;  15.Организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную;  16.Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;  17.Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;  18.Классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;  19.Каналы розничных продаж в страховой компании;  20.Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;  21.Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;  22.Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;  23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;  25.Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;  26.Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;  27.Качественные показатели эффективности каналов продаж. | Организация продаж страховых продуктов |

**1.2. Распределение планируемых результатов освоения профессионального модуля:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК, ЛР | Наименование | Умения | Знания |
| ОК.01 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | 1.Анализировать основные показатели страхового рынка;  2.Выявлять перспективы развития страхового рынка | 1.Роль и место розничных продаж в страховой компании; содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;  2.Принципы планирования реализации страховых продуктов |
| ОК.02 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | 4.Формировать стратегию разработки страховых продуктов;  5.Составлять стратегический план продаж страховых продуктов; | 23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж; |
| ОК.03 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | 6.Составлять оперативный план продаж;  7.Рассчитывать бюджет продаж;  8.Контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;  9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж; | 16.Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;  17.Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности |
| ОК.04 | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | 9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;  10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж | 11.Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;  12.Виды и формы плана продаж;  13.Взаимосвязь плана продаж и бюджета |
| ОК.05 | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | 9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;  10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж | 23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж; |
| ОК.06 | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | 3.Применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж; | 20.Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;  21.Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;  22.Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж; |
| ОК.07 | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | 11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы  12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала;  14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж; | 14.Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;  15.Организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную; |
| ОК.08 | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | 12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала;  14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации | 23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;  25.Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;  26.Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;  27.Качественные показатели эффективности каналов продаж. |
| ОК.09 | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | 14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  17.Проводить анализ качества каналов продаж | 27.Качественные показатели эффективности каналов продаж |
| ПК.2.1. | Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж | 11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы  12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала;  14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; | 11.Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;  12.Виды и формы плана продаж;  13.Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;  14.Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование; |
| ПК.2.2 | Организовывать розничные продажи | 9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;  10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж;  11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы  12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала | 18.Классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;  19.Каналы розничных продаж в страховой компании; |
| ПК.2.3 | Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании | 14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации | 23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж |
| ПК.2.4 | Анализировать эффективность каждого канала продаж | 16.Рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;  17.Проводить анализ качества каналов продаж | 26.Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;  27.Качественные показатели эффективности каналов продаж |
| ЛР 1 | Осознающий себя гражданином и защитником великой страны | | |
| 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 10 | Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой | | |
| ЛР 15 | Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности | | |

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

2.1. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды  профессиональных  общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Максимальный объем  нагрузки, час. | В том числе | | | | | | | | |
| Самостоятельная  работа | Семинарские занятия | Всего (обяз.) | В том числе | | | | | Промежут. аттест.  (экзамен) |
| Лекции, уроки | Пр. занятия | Лаб. занятия | Курсовых работ | Диффер. зачеты |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | МДК 02.01 Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям) | 90 | 30 | - | 60 | 50 | 8 | - | - | 2 | 6 сем. |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | МДК 02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям) | 90 | 30 | - | 60 | 50 | 8 | - | - | 2 | - |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | УП 02.01 Учебная практика | 36 |  |  |  |  |  |  |  | 6 сем. |  |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | ПП 02.01 Практика по профилю специальности | 36 |  |  |  |  |  |  |  | 6 сем. |  |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | ПM.02 ЭК Экзамен по модулю |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 6 сем. |
| ОК.01-ОК.09  ПК 2.1-ПК 2.4 | **ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов** | **252** | **60** | **-** | **120** | **100** | **16** | **-** | **-** | **4** |  |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** *(если предусмотрены)* | **Объем в часах** |
| **1** | **2** | **3** |
| **МДК.02.01 Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)** | |  |
| **Раздел 1. Планирование и организация продаж в страховании** | |  |
| **Тема 1.1.** **Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка** | **Содержание** | **14** |
| 1. Введение. Цели задачи дисциплины | 14 |
| 2. **Инвестиционная привлекательность российского страхового рынка** |
| 3. **Основные тенденции развития личного страхования в России** |
| 4. **Особенности страхования ответственности в России** |
| 6.Планирование формирования страхового портфеля |
| 7. Планирование продаж программ страхования жизни |
| **Тема 1.2.** **Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж** | **Содержание** | ***14*** |
| 1. Современные концепции маркетинга и их практическое применение в деятельности страховых компаний | ***10*** |
| 2. Формирование сегмента лояльных клиентов |
| 3. Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений |
| 4. Содержание транзакционного бизнес-процесса «маркетинг» в страховой компании и его практическое применение |
| 5. Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании |
| **Практические занятия** | ***4*** |
| Практическое занятие № 1 Построение организационной структуры в клиентоориентированной страховой компании |
| Практическое занятие № 2 Разработка стандартов обслуживания в клиентоориентированной страховой компании |
| **Тема 1.3 Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов** | **Содержание** | ***18*** |
|  | 1. Формирование стратегии развития каналов продаж | ***18*** |
| 2. Ценовая стратегия в области розничных и корпоративных продаж |
| 3.Стратегия развития сбытовой сети розничных продаж. |
| 4. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов |
| 5. План роста производительности сбытовой сети. Реализация стратегии розничных продаж |
| 6. Требования к документам при их изготовлении на печатающих устройствах |
| 7. Роль корпоративных продаж в страховой компании. Разработка стратегии корпоративных продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией |
| 8. Финансовая стратегия розничных продаж |
| 9. Целевая финансовая стратегия: рост объемов продаж или рост прибыли |
| **Тема 1.4 Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж** | **Содержание** | ***12*** |
| 1. Виды и формы плана продаж | ***8*** |
| 2. Методы разработки плана и бюджета продаж: встречное планирование директивное планирование |
| 3. Разработка ключевых показателей и нормативов в сфере розничных продаж при осуществлении оперативного планирования |
| 4. Процедуры планирования продаж в страховой компании. Принципы планирования |
| **Практические занятия** | ***4*** |
| Практическое занятие № 3 Разработка плана продаж, формирование организационной структуры розничных продаж |
| Практическое занятие № 4. Разработка перечня сетевых посредников, разработка письменного обращения к клиенту |
| **Самостоятельная работа при изучении**  **1 раздела** | 1.Анализ по количеству страховых компаний и величине уставного капитала  2.Тенденции к снижению количества страховых компаний и их причины  3.Размещение сети страхового рынка  4.Развитие филиальной сети страховых компаний  5.Характеристика страховых организаций за текущий год  6.Численность страховых агентов в страховой компании и их вознаграждение.  7.Число договоров, заключенных страховыми организациями за текущий период  8.Макроэкономические индикаторы развития рынка страхования  9.Анализ рынка перестрахования в России  10.Количество компаний, осуществляющих перестрахование  11.Величина перестраховочной премии по договорам, переданным в перестрахование. Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений  12.Присутствие иностранных перестраховщиков на российском рынке  13.Страховые выплаты по рискам, принятым в перестрахование. Виды корпоративной стратегии.  14.Содержание транзакционного бизнес-процесса «маркетинг» его практическое применение. Стратегия по целевым клиентским сегментам: специализации и диверсификации  15.Положительные и отрицательные стороны транзакционного маркетинга. Типы и виды стратегий страховой компании: корпоративная и функциональная | ***30*** |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета** | | ***2*** |
| **МДК 02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)** | | ***90*** |
| **Раздел 2. Анализ эффективности продаж (по отраслям)** | |  |
| **Тема 2.1 Специфика финансового анализа страховых организаций** | **Содержание** | ***14*** |
| 1.Цели, задачи и принципы финансового анализа | ***14*** |
| 2. Показатели, характеризующие финансовые результаты работы предприятия |
| 3.Показатели финансовой устойчивости и экономического потенциала предприятия |
| 4.Показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности |
| 5. Специфика финансового состояния страховой организации |
| 6.Специфика финансового состояния страховой организации |
| 7.Сфера финансового анализа: страховые, инвестиционные и финансовые операции |
| **Тема 2.2 Страховая организация как объект финансового анализа** | **Содержание** | ***16*** |
| 1. Механизм формирования финансовых потоков в страховой организации |  |
| 2. Собственный капитал и страховые резервы компании |
| 3. Финансовые ресурсы страховой организации в виде страховых премий |
| 4. Инвестиционная деятельность страховой компании | ***16*** |
| 5. Осуществление страховых выплат и перестрахование |
| 6. Активы страховой компании |
| 7. Пассивы страховой компании |
| 8. Финансовая устойчивость как характеристика стабильности финансов страховщика |
| **Тема 2.3 Анализ показателей финансовой устойчивости страховщика** | **Содержание** | ***20*** |
| 1.Проведение вертикального и горизонтального анализа бухгалтерского баланса организации | ***14*** |
| 2. Анализ структуры активов и пассивов баланса |
| 3. Анализ показателей ликвидности организации |
| 4. Анализ платежеспособности организации |
| 5. Анализ финансовой устойчивости организации |
| 6. Анализ эффективности использования имущества организации |
| 7. Анализ работы с персоналом и эффективности использования средств на оплату труда |
| **Практические занятия**  1.Практическое занятие № 1. Определение ликвидности организации  2.Практическое занятие № 2. Определение платежеспособности организации. | ***4*** |
| **Тема 2.4. Анализ операций и финансовых результатов страховой организации** | **Содержание** | ***8*** |
| 1. Анализ сбалансированности страхового портфеля | ***4*** |
| 2.Анализ инвестиционного дохода и рентабельности |
| **Практические занятия** | ***4*** |
| 1.Практическое занятие № 3. Определение прибыли и рентабельности страховой организации |
| 2.Практическое занятие № 4. Определение финансового состояния, финансовой устойчивости и независимости организации |
| **Самостоятельная работа при изучении 2 раздела** | **Содержание**  1.Состав и содержание финансовых ресурсов страховой компании.  2.Средства и обязательства страховой организации.  3.Методика анализа финансового состояния страховой организации.  4.Аналитический баланс-нетто страховой организации.  5.Анализ ликвидности бухгалтерского баланса.  6.Группировка статей баланса по признаку ликвидности и срочности обязательств.  7.Отечественная методика оценки платежеспособности страховой организации: подходы и основное содержание.  8.Анализ платежеспособности страховщика через нормативное соотношение активов и обязательств.  9.Требования к минимальному размеру уставного капитала страховой организации.  10.Оценка достаточности страховых резервов.  11.Анализ уровня платежеспособности страховой организации.  12.Зарубежные методики по оценке платежеспособности страховой компании: подходы и основное содержание.  13.Оценка ликвидности активов страховой организации.  14.Оценка степени зависимости от перестрахования.  15.Анализ финансового результата страховой организации. Анализ инвестиционной деятельности страховщика. Анализ сбалансированности страхового портфеля. | ***30*** |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета** |  | ***2*** |
| **Учебная практика (по профилю специальности)** | **Виды работ**  1.Анализ инвестиционной деятельности страховщика.  2.Анализ сбалансированности страхового портфеля.  3.Факторный анализ страховых операций.  4.Анализ себестоимости страховых операций.  5.Анализ расходов на ведение дела страховщика.  6.Анализ эффективности нагрузки на сотрудников и на посредников.  7.Анализ финансовой устойчивости страховых операций  8.Определение рейтинга страховых компаний | ***36*** |
| **Производственная практика** | **Виды работ**   1. Инструктаж по технике безопасности и охране труда 2. Анализ основных показателей страхового рынка; 3. Выявление перспектив развития страхового рынка; 4. Применение маркетинговых подходов в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж; 5. Формирование продуктовой стратегии; 6. Составление стратегического плана продаж страховых продуктов; 7. Составление оперативного плана продаж; 8. Расчет бюджета продаж; 9. Контроль исполнения плана продаж и принятие адекватных мер, стимулирующих его исполнение; 10. Выбор наилучшей в данных условиях организационной структуры розничных продаж. | ***36*** |
|  |  | ***252*** |
| **Всего** |  |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ   
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет междисциплинарных курсов, оснащенный оборудованием: посадочные места для обучающихся, рабочее место преподавателя, шкафы или стеллажи для хранения учебно-методических материалов, учебно-методический комплекс, нормативные документы в области Страхового дела по числу обучающихся; техническими средствами обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор, ПК для выполнения практических работ по числу обучающихся.

Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. Основные печатные издания**

1.Архипов А.П. Страхование учебник ФГОС+3 - Изд. центр "Крокус", 2020.

2.Анисимов А.Ю. Страховое дело 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для СПО М. Изд. Юрайт, 2021

3.Тарасова Ю.А. Страхование Учебник. Практикум,- Москва, Юрайт-2019

4.Хоминич И.П., Дик. Е.В. Организация страхового дела- учебник и практикум для СПО Москва, Юрайт-2020

**3.2.2. Основные электронные издания**

1. www.сonsultant.ru,
2. www.alllnsurance.ru
3. http://www.vniidad.ru
4. http: //www.insur – today.ru
5. http: //www.rgs.ru
6. http: //www.uralsibins.ru.
7. http: //www.ingos.ru
8. http: //www.rosno.ru .

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ   
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Результаты обучения*** | ***Критерии оценки*** | ***Методы оценки*** |
| ***Умения***  1..Анализировать основные показатели страхового рынка;  2.Выявлять перспективы развития страхового рынка;  3.Применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;  4.Формировать стратегию разработки страховых продуктов;  5.Составлять стратегический план продаж страховых продуктов;  6.Составлять оперативный план продаж;  7.Рассчитывать бюджет продаж;  8.Контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;  9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;  10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж;  11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы  12.Определять перспективные каналы продаж;  13.Анализировать эффективность каждого канала;  14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;  15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;  16.Рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;  17.Проводить анализ качества каналов продаж; | Осуществляет стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.  Организовывает розничные продажи страхового продукта.  Анализирует эффективность возможного канала продажи продукта.  Реализовывает различные технологии розничных продаж в страховании.  Определяет коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом,  качественные показатели эффективности каналов продаж | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работы.  Оценка решений ситуационных задач.  Оценка результатов выполнения практической работы.  Д/З по МДК 02.01-02.02  Экзамен по модулю |
| ***Знания***  1.Роль и место розничных продаж в страховой компании; содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;  2.Принципы планирования реализации страховых продуктов;  3.Нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;  4.Принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;  5.Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;  6.Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;  7.Маркетинговые основы розничных продаж;  8.Методы определения целевых клиентских сегментов;  9.Основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;  10.Порядок формирования ценовой стратегии;  11.Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;  12.Виды и формы плана продаж;  13.Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;  14.Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;  15.Организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную;  16.Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;  17.Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;  18.Классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;  19.Каналы розничных продаж в страховой компании;  20.Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;  21.Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;  22.Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;  23.Основные показатели эффективности продаж;  24.Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;  25.Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;  26.Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;  27.Качественные показатели эффективности каналов продаж. | - демонстрация интереса к  будущей профессии;  - обоснование выбора и  применения методов и  способов решения  профессиональных задач в  области разработки  технологических процессов;  - демонстрация  эффективности и качества  выполнения профессио-нальных задач;  - демонстрация способности  принимать решения в  стандартных и нестандарт-ных ситуациях и нести за них ответственность;  - демонстрация эффективности и качества выполнения  профессиональных задач;  - взаимодействие с обучаю-щимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения;  - планирование обучающи-мися повышения личност-ного и квалификационного уровня;  - проявление интереса к ин-новациям в области профессиональной деятельности;  -ориентация в обновлении  информационных техноло-гий;  -адекватность восприятия  исторического наследия;  -адекватность восприятия  культурных традиций  русских, башкир и других  народностей;  - соблюдение правил  техники безопасности | Устный (письменный)опрос.  Тестирование.  Проверка практических работи оценка результатов.  Д/З по МДК 02.01-02.02  Экзамен по модулю |