**Приложение № 2.6**

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» |
| № \_\_\_\_\_\_\_ от 30.08.2022г. |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА по практической подготовке

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ Пп.02.01

 ПМ 02 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ

Воскресенск, 2022 г.

Программа ПП.02.01 Производственная практика по 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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |
| **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ****УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |
| **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**«ПП 02.01. Производственная практика по ПМ 02. Организация продаж страховых продуктов»**

**1.1.** **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа ПП 02.01. Производственная практика по ПМ 02. Организация продаж страховых продуктов является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 года № 833.

**1.2. Цель и планируемые результаты освоения программы производственной практики**

В результате освоения программы производственной практики у студентов должен сформироваться практический опыт по основному виду деятельности ВД 2 Организация продаж страховых продуктов и соответствующим ему общим компетенциям и профессиональным компетенциям:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| КодОК, 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 2.2ПК 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 каналы12.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 |

**.3. Распределение планируемых результатов освоения учебной практики:**

В рамках программы учебной практики 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 каналы12.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 каналы12.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 каналы12.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 |

**1.4. Количество часов, отводимое на освоение производственной практики**

Трудоемкость производственной практики в рамках освоения профессионального модуля ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов составляет **36 часов (1 неделя**).

Сроки проведения производственной практики определяются рабочим учебным планом по специальности СПО 38.02.02 Страховое дело (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 года № 833.

 Практика проводится на 3 курсе в 6 семестре концентрированно.

**1.5.** **Место производственной практики ПП.02.01 в структуре профессионального модуля ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов**

Производственная практика ПП.02.01 проводится, в соответствии с утвержденным учебным планом, после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессионального модуля ПМ.02 «Организация продажи страховых продуктов»

МДК.02.01 Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)

МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)

**1.6.** **Место прохождения практики**

Производственная практика проводится в организациях в специально- оборудованных помещениях. Руководителями практики назначаются преподаватели дисциплин профессионального цикла и ответственные лица за практику на рабочих местах в организациях

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**2.1. Тематический план и содержание производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем производственной практики** | **Виды работ** | **Объем****часов** |
| **1.Инструктаж по практике** | Выдача заданий по практике, знакомство с содержанием производственной практики | **2** |
| **2.Инструктаж по охране труда и технике безопасности** | Проведение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности и охране труда в организации | **2** |
| **3. Применение маркетинговых подходов в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж** | 1.Изучение современные концепции маркетинга и их практическое применение в деятельности страховых компаний;2. Формирование сегмента лояльных клиентов | **8** |
| **4.** **Стратегический план продаж страховых продуктов** | 1.Составлять стратегический план продаж страховых продуктов2. Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж3. Составить оперативный план продаж | **6** |
| **5.** **Определение финансовых результатов деятельности страховой организации** | 1.Провести анализ качества каналов продаж2.Изучить показатели, характеризующие финансовые результаты работы предприятия;3.Изучить механизм формирования финансовых потоков в страховой организации | **6** |
| **6.Определение рентабельности деятельности страховщика** | 1.Определение финансовой устойчивости страховой организации;2.Проведение вертикального и горизонтального анализа бухгалтерского баланса организации3.Определить рентабельность по договорам страхования:− имущества юридических лиц;- имущества граждан;− от несчастного случая;− КАСКО;− ОСАГО | **12** |
| **Дифференцированный зачет** | . Защита отчета по производственной практике | **-** |
| **Итого** |  | **36** |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**3.1.** **Требования к проведению практики**

Продолжительность рабочего дня студента во время практики определяется согласно трудовому законодательству из расчета 36 часов в неделю при возрасте 16-­18 лет, и до 40 часов в неделю при возрасте старше 18 лет.

Со студентами обязательно проводится инструктаж по технике безопасности, электробезопасности и пожарной безопасности непосредственно на рабочем месте практиканта.

К прохождению практики допускаются студенты, освоившие теоретический курс обучения в рамках профессионального модуля.

**3.2.** **Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест должно соответствовать нормам и требованиям организаций – баз практики.

Студент-практикант должен иметь комплект документов по производственной практике.

**3.3. 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

**3.3.3.Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993).
2. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации от 30.04.1999 № 81-ФЗ
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
4. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ.
5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №

195-ФЗ.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ.
2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
3. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности».
4. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

**3.4.** **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Руководство производственной практикой обучающихся осуществляется преподавателем спецдисциплин или мастером производственного обучения с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в три года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

В период прохождения производственной практики обучающиеся обязаны вести документацию: дневник-отчет по практике.

Дифференцированный зачет по производственной практике выставляется на основании собеседования по отчету и данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями.