

Аннотация

Профессионального модуля ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов программы подготовки специалистов среднего звена

Профессиональный модуль ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов специальности среднего профессионального образования 38.02.02 Страхование (по отраслям)

Программа профессионального модуля ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям)

Профессиональный модуль ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов входит в перечень курсов обязательной части профессионального учебного цикла.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

ПО1 - организации продаж страховых продуктов;

уметь:

У1- анализировать основные показатели страхового рынка;

У2- выявлять перспективы развития страхового рынка;

У3- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;

У4- формировать стратегию разработки страховых продуктов;

У5- составлять стратегический план продаж страховых продуктов;

У6- составлять оперативный план продаж;

У7- рассчитывать бюджет продаж;

У8- контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;

У9- выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;

У10- проводить анализ эффективности организационных структур продаж;

У11- организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;

У12- определять перспективные каналы продаж;

У13- анализировать эффективность каждого канала;

У14- определять величину доходов и прибыли канала продаж;

У15- оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;

У16- рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;

У17- проводить анализ качества каналов продаж.

знать:

З1- роль и место розничных продаж в страховой компании;

З2- содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;

З3- принципы планирования реализации страховых продуктов;

З4- нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;

З5- принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;

З6- методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;

З7 - место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;

З8- маркетинговые основы розничных продаж;

З9- методы определения целевых клиентских сегментов;

З10- основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов

продаж;

311- порядок формирования ценовой стратегии;

312- теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;

313- виды и формы плана продаж;

314- взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;

- методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;

315- организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, каналную, продуктовую, смешанную;

316- слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;

317- модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;

318- классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;

319- каналы розничных продаж в страховой компании;

320- факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;

321- способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;

322- соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;

323- основные показатели эффективности продаж;

324- порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;

325- зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;

326- коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;

327- качественные показатели эффективности каналов продаж.

Общая трудоемкость профессионального модуля (при очной форме обучения)

всего –327 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 255 часов,

включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 170 часов;

- самостоятельной работы обучающегося – 67 часов;

- консультаций – 18 часов;

- производственной практики –36 часов

Основные разделы и темы профессионального модуля:

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

Раздел 1. Роль и место розничных продаж в страховании

Раздел 2. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж

Раздел 3. Нормативная база страховой компании по планированию в сфере продаж

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

Раздел 4. Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов

Раздел 5. Виды и формы плана продаж

Раздел 6. Каналы розничных продаж в страховой компании

МДК.02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям)

Раздел 1. Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.

Раздел 2. Маркетинговые основы розничных продаж

Раздел 3. Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках

Раздел 4. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж

Раздел 5. Организация продаж и коэффициенты рентабельности по отраслям страхования

Раздел 6. Экономическая сущность и классификация факторов конкурентоспособности страховых компаний

Содержание профессионального модуля должно быть ориентировано на подготовку обучающихся к освоению следующих профессиональных модулей образовательной программы, прохождение производственной практики (по профилю специальности), государственной итоговой аттестации и овладение общими и профессиональными компетенциями (ОК):

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 профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

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, потребителем

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.

ПК 2.2 Организовывать розничные продажи.

ПК 2.3 Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.

ПК 2.4 Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта.

ПК 3.1 Документально оформлять страховые операции.

Вид промежуточной аттестации при очной форме обучения: экзамен в 4,5-ом семестре, квалификационный экзамен – в 5-ом семестре.