

**Колледж технологии, моделирования и управления**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

<b>МДК. 02.02</b>	<b>Анализ эффективности продаж (по отраслям)</b>
(Индекс дисциплины)	(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин (экономических) 05

Специальность: 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

Квалификация: Специалист страхового дела

Программа подготовки: Базовая подготовка

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	81		
	<b>Обязательные учебные занятия</b>	54		
	Лекции, уроки	40		
	Практические занятия, семинары	14		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	<b>Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)</b>	27(4)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет			
	Контрольная работа	2		
	Курсовой проект (работа)			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 20-02/1/9, 19-02/1/9

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная	<input type="checkbox"/>	Обязательная	<input checked="" type="checkbox"/>	Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл	<input type="checkbox"/>
Часть модуля	<input checked="" type="checkbox"/>	Вариативная	<input type="checkbox"/>	Математический и общий естественнонаучный учебный цикл	<input type="checkbox"/>
				Профессиональный учебный цикл	<input checked="" type="checkbox"/>

Профессиональный модуль: 

ПМ.02
-------

**Организация продаж страховых продуктов**  
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области анализа эффективности продаж страховых продуктов

## 1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть основы теории экономического анализа;
- Рассмотреть различные каналы страховых продаж;
- Продемонстрировать особенности различных способов анализа продаж страховых продуктов

## 1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (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.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональные: (ПК)

ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.

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.

## 1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Иметь  
практический опыт: организации продаж страховых продуктов; (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);

Уметь:

- анализировать основные показатели страхового рынка (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- выявлять перспективы развития страхового рынка (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- формировать стратегию разработки страховых продуктов (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- составлять стратегический план продаж страховых продуктов (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- составлять оперативный план продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- рассчитывать бюджет продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- проводить анализ эффективности организационных структур продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- определять перспективные каналы продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- анализировать эффективность каждого канала (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- определять величину доходов и прибыли канала продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- проводить анализ качества каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);

Знать:

- роль и место розничных продаж в страховой компании (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- принципы планирования реализации страховых продуктов (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- маркетинговые основы розничных продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- методы определения целевых клиентских сегментов (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- порядок формирования ценовой стратегии (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- виды и формы плана продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- методы разработки плана и бюджета продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, канальную, продуктовую, смешанную (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- каналы розничных продаж в страховой компании (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и

- посреднические каналы продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- основные показатели эффективности продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- порядок определения доходов и прибыли каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4);
- качественные показатели эффективности каналов продаж (ОК 1-9, ПК 2.1-2.4)

**1.6. Дисциплины (модули, практики) ППССЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:**

- ОП.10. Страховое дело – 1 семестр – (ОК 1 - 9, ПК 2.1 - 2.4)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<p><b>Тема 1. Введение в теорию экономического анализа</b>            Экономический анализ как наука и практика. Предмет и объект экономического анализа. Экономический анализ и его роль в управлении фирмой. Методология и общая методика анализа. Сравнение – важнейший метод анализа. Система экономической информации для анализа. Виды анализа. Факторы и резервы повышения эффективности хозяйственной деятельности организации.</p>	21		
<p><b>Тема 2. Содержание процесса продаж в страховой компании. Каналы продаж.</b>            Понятие продаж. Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании. Виды и формы плана продаж. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж. Методы разработки плана и бюджета продаж. Организационная структура розничных продаж. Классификация технологий продаж Факторы выбора каналов продаж для страховой компании.</p>	16		
<p><b>Тема 3. Методология эффективной организации продаж</b>            Сущность клиентоориентированности страховой компании. Анализ профиля клиента. Аспекты управления клиентоориентированности. Эффективность управления информационными потоками и страховыми продуктами. Модель трёхмерной продуктовой интеграции. Организационное решение проблемы дифференцированных технологий продаж страховых продуктов. Стандартизация страховых продуктов. Оценка эффективности комплексных продаж.</p>	16		
<p><b>Тема 4. Анализ эффективности продаж.</b>            Основные показатели эффективности продаж. Абсолютные аналитические показатели. Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж. Показатели рентабельности. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж. Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом. Качественные показатели эффективности каналов продаж.</p>	20		
<b>Текущий контроль – письменный опрос</b>	4		
<b>Промежуточная аттестация - контрольная работа (включая подготовку)</b>	4		
<b>Промежуточная аттестация в 3 семестре - комплексный экзамен по ПМ 02</b>			
<b>ВСЕГО:</b>	<b>81</b>		

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции, уроки

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	2	12				
Тема 2	2	8				
Тема 3	2	10				
Тема 4	2	8				
Тема 1-4 контрольная работа	2	2				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>40</b>				

#### 3.2. Практические занятия, семинары

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	Практическая работа «Сравнение – важнейший метод анализа»	2	2				
Тема 2	Практическая работа Расчёт основных показателей анализа страхового портфеля»	2	2				
Тема 3	Практическая работа «Анализ профиля клиента»	2	2				
Тема 4	Практическая работа «Расчёт абсолютных аналитических показателей»	2	2				
Тема 4	Практическая работа «Расчёт показателей рентабельности»	2	2				
Тема 4	Практическая работа Анализ показателей рентабельности»	2	2				
Тема 4	Практическая работа «Расчёт коэффициентов рентабельности каналов продаж и их анализ»	2	2				
<b>ВСЕГО:</b>			<b>14</b>				

#### 3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

### 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

### 5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера тем, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1-4	Письменный опрос	2	4				

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	3	9				
Подготовка к практическим занятиям	3	6				
Консультации	3	4				
Подготовка к опросам	3	6				
Подготовка к контрольной работе	3	2				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>27</b>				

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Лекции:</b> обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций	дискуссия	14		
<b>Комбинированные уроки:</b> обеспечивают теоретическое изучение дисциплины и одновременно контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля	Диспут, деловая игра, презентация домашнего задания	22		
<b>Практические занятия:</b> обеспечивают формирование навыков решения ситуационных аналитических экономических задач	Работа в команде и малых группах, дискуссии	10		
<b>ВСЕГО:</b>		46		

### 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

#### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Выполнение практических работ, своевременная сдача отчетов, сдача письменных опросов	40	По 8 баллов за каждую практическую работу, всего 7 работ, максимум <b>56</b> баллов Выполнение письменных опросов. Всего 4, по 11 баллов за каждый, максимум <b>44</b> балла
2	Подготовка и представление устных сообщений на занятиях (с презентацией и без)	10	20 баллов за выступление без презентации (5 сообщений), либо 50 баллов за выступление с презентацией, (2 сообщения)

3	Сдача контрольной работы по дисциплине	50	Ответ на 2 теоретических вопроса, 3 тестовых вопроса, по 6 баллов за каждый – максимальный балл <b>30</b> ; решение задачи в максимально возможном объеме (с выводом и рекомендациями) – максимальный балл <b>70</b>
<b>ИТОГО (%):</b>		100	

#### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	3 (удовлетворительно)
40 – 50	
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 190 с. — ISBN 978-5-394-01552-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75209.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Организация страхового дела : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. П. Хоминич [и др.]; под редакцией И. П. Хоминич, Е. В. Дик.. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 230 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01041-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433602>, по паролю

б) дополнительная учебная литература

1. *Гаврилов, Л. П.* Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09064-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442318>
2. Закон РФ от 27 ноября 1992 г. N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / — Электрон. текстовые данные.— Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2016.— 55 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30498>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Никитина Л. Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Никитина Л. Н., Кравченко Л. А. — СПб.: СПбГУПТД, 2017.— 64 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2017186](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017186), по паролю.

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Сайт Российского союза автостраховщиков [Электронный ресурс]. URL: [www.autoins.ru](http://www.autoins.ru)
2. Официальный сайт Либерти Страхование СПб [Электронный ресурс]. URL: [www.liberty24.ru](http://www.liberty24.ru)
3. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
4. Журнал «Современные страховые технологии». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.consult-cct.ru/>
5. Центральный банк России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cbr.ru/>



**8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Microsoft Windows10 Pro;
2. Office Standart 2016

**8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. Стандартно оборудованный кабинет междисциплинарных курсов
2. видеопроектор с экраном, ноутбук.

**9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций**

**9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства**

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК 1	Обосновывает сущность и социальную значимость будущей профессии, формулирует основные профессиональные задачи, представляет другим выбранную профессию	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов)
ОК 2	Оценивает экономическую закономерность ведения собственной деятельности, выбирает типовые методы и способы решения профессиональных задач, анализирует эффективность профессиональных решений	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов)
ОК 3	Оценивает уровень сложившейся ситуации, подбирает типовое решение в стандартной ситуации, предлагает пути решения нестандартной ситуации, представляет и анализирует уровень своей ответственности за принятые решения	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов)
ОК 4	Описывает принципы поиска и использования профессиональной информации, систематизирует информацию для решения профессиональных задач, анализирует эффективность применения полученной информации	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов)
ОК 5	Отбирает информационно-коммуникационные технологии, обосновывает применение этих технологий при решении бухгалтерских задач, анализирует эффективность применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов)
ОК 6	Формулирует принципы работы в коллективе, общается с коллегами и страхователями.	Контрольная работа	Тестовые вопросы по темам дисциплины(20 вопросов)
ОК 7	Перечисляет основные принципы работы команды, определяет меру ответственности каждого члена команды за выполнение задания, управляет работой своей команды	Контрольная работа	Тестовые вопросы по темам дисциплины(20 вопросов)
ОК 8	Представляет необходимость самостоятельного личностного развития, систематизирует и планирует самостоятельную работу в рамках тематики,	Контрольная работа	Тестовые вопросы по темам дисциплины(20 вопросов)

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
	управляет самообразованием		
ОК 9	Систематизирует и классифицирует профессиональные технологии, представляет инновационные технологии в будущей профессии, анализирует эффективность применения различных технологий	Практическое задание контрольной работы	Комплект практических заданий
ПК 2.1	Определяет направления стратегического планирования розничных продаж, представляет эффективность каналов розничных продаж, намечает пути оперативного планирования розничных продаж	Практическое задание контрольной работы	Комплект практических заданий
ПК 2.2	Определяет каналы розничных продаж, анализирует их эффективность, представляет план продаж	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов) Комплект практических заданий
ПК 2.3	Дифференцирует технологии продаж, выбирает наиболее эффективные из них, обосновывает использование этих технологий в реализации страховых продуктов	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (42 вопроса) Комплект практических заданий
ПК 2.4	Дифференцирует каналы продаж, сравнивает показатели эффективности каналов продаж, делает выводы об эффективности каждого канала продаж	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (40 вопросов) Тестовые вопросы (20 вопросов) Комплект практических заданий

### 9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
75 – 85	4 (хорошо)	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
61 – 74		Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>

40 – 50		Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
1 – 16		Содержание работы полностью не соответствует заданию. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
0		Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>

\* **Существенные ошибки** – недостаточная глубина и осознанность ответа (например, студент не смог применить теоретические знания для объяснения явлений, для установления причинно-следственных связей, сравнения и классификации явлений и т.д.).

\* **Несущественные ошибки** – неполнота ответа (например, упущение из вида какого-либо нехарактерного факта, дополнения при описании процесса, явления, закономерностей и т.д.); к ним могут быть отнесены оговорки, допущенные при невнимательности студента.

## 9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

### 9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1	Цель анализа результатов и выявление резервов повышения эффективности деятельности предприятия (СК).
2	Анализ как вид управленческой деятельности.
3	Резервы увеличения эффективности продаж.
4	Понятие экономического анализа.
5	Признаки анализа.
6	Виды анализа.
7	Содержание анализа
8	Методика анализа.
9	Виды аналитической информации.
10	Объект исследования в анализе.
11	Функции анализа.
12	Принципы анализа.
13	Характеристика финансового результата деятельности СК.
14	Какой показатель включается в группу показателей результата (эффекта)
15	Виды каналов продаж
16	Показатели расчёта рентабельности продаж
17	Факторы роста рентабельности продаж
18	Факторы, непосредственно влияющие на рентабельности продаж.
19	Что означает «анализ» в переводе с латинского.
20	Предмет АХД
21	Требования, предъявляемые к анализу.
22	Объекты АХД
23	Методика АХД
24	План продаж.
25	Изменение суммы прибыли от продаж при изменении тарифов.
26	Расчёт общего изменения прибыли от продаж.
27	Факторы, влияющие на прибыль от продаж.
28	Влияние объема продаж на прибыль от продаж.
29	Сравнение – как основной метод анализа.
30	Основные источники информации для анализа абсолютных показателей финансовых результатов
31	Формировании валовой прибыли от продаж.
32	Расчёт показателей рентабельности продаж.
33	Внешние факторы, влияющие на величину прибыли от продаж.
34	Показатель рентабельности объема продаж.

35	Формирование прибыли (убытка) от продаж.
36	Факторный анализ прибыли от продаж.
37	Характеристика и анализ страхового портфеля.
38	Показатели, используемые для анализа страхового портфеля.
39	Анализ профиля клиента.
40	Факторы клиентоориентированности страховой компании

#### Вариант тестовых заданий по дисциплине

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Показатели рентабельности предприятия рассчитываются для анализа: А) эффективности управления предприятием Б) абсолютных показателей финансовых результатов деятельности предприятия В) финансового состояния предприятия	Ответ А
2	К внешним факторам влияющим на величину прибыли предприятия не относятся: А) уровень развития внешне-экономических факторов Б) использования метода ЛИФО в оценке стоимости запасов В) социально-экономические условия Г) цены на производственные ресурсы	Ответ Б
3	Показатель рентабельности объема продаж рассчитывается с учетом: А) себестоимости реализованной продукции Б) прибыли от продаж В) прибыли от финансово-хозяйственной деятельности Г) средней величины активов предприятия	Ответ Б
4	При формировании прибыли (убытка) от продаж не учитываются: А) коммерческие расходы Б) управленческие расходы В) прочие операционные доходы и расходы Г) себестоимость реализованной продукции	Ответ В
5	Количественную оценку причин, вызвавших изменение прибыли, налоговых платежей из прибыли в бюджет, выявление издержек, цен на величину полученной прибыли можно получить проводя: А) оперативный анализ величины прибыли Б) перспективный анализ величины прибыли В) текущий анализ величины прибыли	Ответ В
6	Факторный анализ прибыли от продаж проводится с применением: А) приема цепных подстановок Б) приема сравнения В) приема балансовой увязки	Ответ А
7	Основным источником информации анализа прибыльности является: А) ф - 1 бухгалтерской отчетности Б) ф - 2 бухгалтерской отчетности В) ф - 3 бухгалтерской отчетности	Ответ Б
8	Какой из показателей, используемых для анализа, характеризует величину прибыли с каждого рубля продаж: А) показатель рентабельности товарной продукции Б) показатель рентабельности продаж В) показатель рентабельности собственного капитала	Ответ Б
9	На показатель рентабельности продаж влияет множество факторов, основными из которых являются: А) прибыль и величина себестоимости Б) прибыль и налог с нее В) прибыль до налогообложения и величина собственно капитала	Ответ А
10	Прибыльность – это: А) рентабельность Б) прибыль предприятия, полученная в текущем периоде В) прибыль предприятия, прогнозируемая к получению	Ответ А

#### Варианты типовых заданий (задач, кейсов) по дисциплине

№ п/п	Условия типовых заданий (задач, кейсов)				Вариант ответа	
	Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение	Показатели ПП	Структура 50%/ 50%
1						

	Прямые продажи (тыс.руб)	700	900	200	ПоП	29%/30%
	Посреднические продажи (тыс.руб)	400	550	150	ИП	14%/15%
	Интернет продажи (тыс.руб)	200	270	70	ПрП	7%/5%
	Прочие (тыс.руб)	100	90	-10		
	Требуется определить структуру каналов продаж за два периода, проанализировать, сделать выводы					
2	Показатели	Отчетный период	Планируется	Отклонение	Приб.отч. 50 тыс.руб Приб. пл. 58,5 тыс.руб Рент. отч.25% Рент.план.27,9%	
	Страховые премии (тыс.руб.)	200	250	50		
	Переменные затраты на продажу (тыс.руб)	100	141,5	41,5		
	Постоянные затраты компании (тыс.руб)	50	50	-		
Требуется, определить как изменится уровень рентабельности продаж, проанализировать, сделать выводы						
3	Показатели	Фактически за отчетный год	Планируется	Отклонение	Рентабельность фактическая 4,6% Рентабельность плановая 5%	
	Страховые премии (тыс.руб)	15 000	16 500	1 500		
	Затраты на 1 рубль продаж (коп.)	95,4 /14 310	15 675	1 365		
Требуется: определить рентабельность продаж, проанализировать. Сделать выводы.						
4	Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение	Рентабельность предыдущего года 25% Рентабельность отчетного года 27,5%	
	Страховые премии (тыс.руб)	800	1 000	200		
	Переменные затраты на продажу (тыс.руб)	500	625	125		
	Постоянные затраты компании (тыс.руб)	100	100	-		
Требуется: определить рентабельность продаж. Проанализировать. Сделать выводы.						

### 9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

#### 9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче контрольной работы и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

#### 9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная

#### 9.3.3. Особенности проведения контрольной работы:

контрольная работа выполняется аудиторно в течение 2 академических часов.  
Контрольное задание включает 2 теоретических вопроса, 3 тестовых вопроса и одну типовую расчетно-аналитическую задачу.  
Во время контрольной работы обучающимся разрешается пользоваться только калькуляторами.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

<b>ПМ.02</b> <i>(Индекс модуля)</i>	<b>Организация продаж страховых продуктов</b> <i>(Наименование модуля)</i>
--	---

### 1. Составляющие профессионального модуля

Индексы	Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем (часы)
МДК.02.01	Организация и планирование продаж в страховании (по отраслям)	63
МДК.02.02	Анализ эффективности продаж (по отраслям)	81
ПП.02.01	Организация продаж страховых продуктов	72
<b>Общая трудоемкость профессионального модуля</b>		<b>216</b>

### 2. Цель профессионального модуля

Формирование компетенций в области аналитического мышления путем освоения методологических основ и приобретения практических навыков организации и планирования продаж, оценки эффективности продаж страховых продуктов страховой организации необходимых в практической работе.

### 3. Задачи профессионального модуля

- Рассмотреть основные каналы продаж страховых продуктов;
- Дать характеристику планам продаж страховых продуктов (стратегическому, оперативному);
- Охарактеризовать различные организационные структуры розничных продаж;
- Продемонстрировать особенности характеристик каналов продаж, маркетинговых коммуникаций;
- Рассмотреть перспективы инновационных инструментов продаж страховых продуктов
- Раскрыть основные аспекты клиентоориентированности страховых организаций;
- Провести анализ страхового портфеля;
- Провести оценку эффективности различных каналов продаж;
- Продемонстрировать влияние различных факторов на показатели эффективности продаж страховых продуктов;
- Раскрыть степень влияние финансового результата каждого канала продаж на общий финансовый результат страховой организации

### 4. Фонд оценочных средств профессионального модуля предварительно одобрен работодателем

ОАО СК Страховая компания «Либерти-Страхование»