

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 30 » 06 _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.01.02

(Индекс дисциплины)

Прямые продажи страховых продуктов

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин (экономических) 05

Специальность: 38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

Квалификация: Специалист страхового дела

Программа подготовки: Базовая

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)	Максимальная учебная нагрузка	63		
	Обязательные учебные занятия	42		
	Лекции, уроки	30		
	Практические занятия, семинары	12		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	21(3)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	3		
	Дифференцированный зачет			
	Контрольная работа	2		
	Курсовой проект (работа)			

**Санкт-Петербург
2020**

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 Обязательная Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
Часть модуля Вариативная Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль: ПМ.01 **Реализация различных технологий продаж в страховании**
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области прямых продаж страховых продуктов

1.3. Задачи дисциплины

- изучение страхования как сферы деятельности;
- изучение документов по страховым продажам;
- изучение различных видов прямых 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 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.

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Иметь реализации различных технологий розничных продаж в страховании (ПК 1.1-1.10)
практический опыт

- Уметь:
- 1) рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов (ОК 1-9, ПК 1.10)
 - 2) разрабатывать агентский план продаж (ОК 1-9, ПК 1.1)
 - 3) проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов (ОК 1-9, ПК 1.10)
 - 4) разрабатывать системы стимулирования агентов (ОК 1-9, ПК 1.1, ПК 1.5)

- 5) рассчитывать комиссионное вознаграждение (ПК 1.1-1.10)
- 6) осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них (ПК 1.1-1.10)
- 7) создавать базы данных с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней (ПК 1.1-1.10)
- 8) проводить переговоры по развитию банковского страхования (ОК 3, ОК 5-7, ПК 1.3)
- 9) выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты (ОК 3, ОК 5-7, ПК 1.3)
- 10) обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую систему (ОК 3, ОК 5-7, ПК 1.3)
- 11) разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками (ОК 3, ОК 5-7, ПК 1.4)
- 12) оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества (ОК 3, ОК 5-7, ПК 1.3-ПК 1.6)
- 13) составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж (ПК 1.1-1.10)
- 14) проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж (ПК 1.1-1.10)
- 15) выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка (ПК 1.1-1.10)
- 16) осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку (ПК 1.1-1.10)
- 17) реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность (ОК 1-9, ПК 1.7)
- 18) подготавливать письменное обращение к клиенту (ОК 1-9, ПК 1.10)
- 19) вести телефонные переговоры с клиентами (ОК 1-9, ПК 1.8)
- 20) осуществлять телефонные продажи страховых продуктов (ОК 1-9, ПК 1.8)
- 21) организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы (ОК 1-9, ПК 1.8)
- 22) осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования (ОК 1-9, ПК 1.5)
- 23) организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании (ОК 1-9, ПК 1.9)
- 24) обновлять данные и технологии интернет-магазинов (ОК 1-9, ПК 1.9)
- 25) контролировать эффективность использования интернет-магазина (ОК 1-9, ПК 1.9)

- Знать:
- 1) способы планирования развития агентской сети в страховой компании (ПК 1.1)
 - 2) порядок расчета производительности агентов (ПК 1.1)
 - 3) этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными (ОК 1-9)
 - 4) понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании (ОК 1-9, ПК 1.1)
 - 5) принципы управления агентской сетью и планирования деятельности агента (ОК 1-9, ПК 1.1)
 - 6) модели выплаты комиссионного вознаграждения (ПК 1.1-1.10)
 - 7) способы привлечения брокеров (ОК 1-9, ПК 1.2)
 - 8) нормативную базу страховой компании по работе с брокерами (ОК 1-9, ПК 1.2)
 - 9) понятие банковского страхования (ОК 1-9, ПК 1.3)
 - 10) формы банковских продаж (ОК 1-9, ПК 1.3)
 - 11) агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет (ОК 1-9, ПК 1.4-1.5)
 - 12) сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы (ОК 1-9, ПК 1.4-1.5)
 - 13) порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников (ОК 1-9, ПК 1.4-1.5)
 - 14) теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
 - 15) маркетинговый анализ открытия точки продаж (ОК 1-9, ПК 1.6)
 - 16) научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании (ОК 1-9, ПК 1.6)
 - 17) содержание технологии продажи полисов на рабочих местах (ОК 1-9, ПК 1.6)
 - 18) модели реализации технологии директ-маркетинга: собственную и аутсорсинговую (ОК 1-9, ПК 1.7)
 - 19) теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов; способы создания системы обратной связи с клиентом (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)
 - 20) психологию и этику телефонных переговоров (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)
 - 21) предназначение, состав и организацию работы с базой данных клиентов, ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)
 - 22) особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)
 - 23) продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)

- 24)аутсорсинг контакт-центра (ОК 1-9, ПК 1.7-1.8)
 25)способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж (ПК 1.1-1.10)
 26)принципы создания организационной структуры персональных продаж (ПК 1.1-1.10)
 27)теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги (ПК 1.1-1.10)
 28)факторы роста интернет-продаж в страховании (ПК 1.9)
 29)интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж (ПК 1.9)
 30) требования к страховым интернет-продуктам (ОК 1-10, ПК 1.9)
 31) принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем (ПК 1.1-1.10)

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

- ОП.10 Страховое дело (ОК 1-9, ПК 1.1-1.10)
 ОП.11 Безопасность жизнедеятельности (ОК 1-9, ПК 1.1-1.10)
 ОП.14 Экономическая теория (ОК 5, ОК 7-9)
 МДК.05.01 Практическая психология страхового агента (ОК 1-9, ПК 1.1-1.10)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Тема 1. Стратегическое управление прямыми продажами Роль и место прямых продаж в страховых компаниях. Разработка стратегии прямых продаж. Место прямых продаж в структуре планов страховой компании. Оценка эффективности прямых продаж. Организация качественного сервиса по обслуживанию клиентов. Маркетинговая стратегия прямых продаж. Формирование стратегии развития каналов прямых продаж. Разработка мер по повышению качества прямых продаж. Текущий контроль – письменный опрос, тестирование	25		
Тема 2. Оперативное планирование прямых продаж Виды и формы плана продаж. Разработка показателей в сфере прямых продаж. Нормативная база по планированию прямых продаж. Разработка принципов создания организационной структуры прямых продаж. Анализ сильных и слабых сторон различных моделей прямых продаж. Реализация технологий прямых продаж. Разработка принципов упр. Участниками прямых продаж. Телефонные продажи – составная часть стратегии прямых продаж страховой компании. Материально-техническое обеспечение деятельности подразделений прямых продаж. Разработка принципов стимулирования участников прямых продаж. Создание системы обратной связи с клиентом. Подготовка методических материалов по сопровождению договоров страхования. Реализация технологии прямых продаж и оценка её эффективности Текущий контроль: письменный опрос, тестирование	28		
Текущий контроль в 2 семестре – письменный опрос, тестирование, проверка домашних заданий	4		
Промежуточная аттестация во 2 семестре – контрольная работа (вкл время на подг)	6		
Промежуточная аттестация в 3 семестре – комплексный экзамен по ПМ.01			
ИТОГО:	63		

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	16				
1-2 контрольная работа	2	2				

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
ВСЕГО:		30				

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 № 1 Разработка стратегии прямых продаж	2	4				
Тема 2	Практическая работа № 2. Виды и формы плана продаж	2	8				
ВСЕГО:		12					

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
1-2	Письменный опрос	2	2				
1-2	Тестирование	2	2				

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	2	5				
Подготовка к практическим занятиям	2	4				
Выполнение домашних заданий	2	5				
Подготовка к контрольной работе	2	4				
Консультации	2	3				
ВСЕГО:		21				

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
Лекции, уроки: Проводятся большей частью в виде комбинированных занятий с опросом, закреплением материала и	Диспут, деловая игра, презентация домашнего задания, опрос	10		

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
изложением нового, проработкой учебно-методических материалов по страховому делу, работой с учебником и информационными материалами				
Практические занятия, семинары: Составление типовых страховых договоров	Работа в команде, деловые игры	6		
Лабораторные занятия: Не предусмотрены				
ВСЕГО:		16		

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	Аудиторная активность: посещение практических занятий, прохождение текущего контроля	40	<ul style="list-style-type: none"> Посещение занятий (всего 20 занятий по 1 баллу за каждое) – максимум 20 баллов Выполнение всех практических работ (всего 2 работы по 10 баллов) – максимум 20 баллов Выполнение письменных работ текущего контроля (всего 2 работы по 10 баллов) максимум 20 баллов Прохождение тестирования текущего контроля (всего 2 теста по 15 баллов за каждый) – максимум 30 баллов Ведение конспекта – максимум 10 баллов
2	Подготовка и представление устных докладов, участие во внеклассных мероприятиях, предоставление отзыва страховой компании	20	<ul style="list-style-type: none"> Выступление с сообщением (рефератом) на занятии - максимум 50 баллов; Положительный отзыв от страховой компании – максимум 30 баллов Участие в Экономической неделе и других внеклассных мероприятиях по специальности – максимум 20 баллов
3	Прохождение промежуточного контроля за семестр	40	<ul style="list-style-type: none"> Предоставление портфолио – 40 баллов Правильные ответы на вопросы – по 30 баллов за каждый, всего 2 вопроса, максимум 60 баллов
		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено

75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
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>
3. 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. Страхование [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Иванова А. А. — СПб.: СПбГУПТД, 2017.— 33 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017565, по паролю.
2. Страхование. Выпускная квалификационная работа [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Гафурова О. О., Дитковская И. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2018.— 25 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018337, 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
2. Официальный сайт Либерти Страхование СПб [Электронный ресурс]. URL: 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 Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL:www.cbr.ru
6. Агентство страховых новостей [Электронный ресурс]. URL:www.asn-news.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 Standard 2016

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

1. Кабинет страхового дела
2. Проекционная техника, компьютер

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Бланки договоров, карточки с заданиями

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	использует профессиональную терминологию, ориентируется в видах страхования	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 2	анализирует виды страхования, выбирает наиболее подходящий	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 3	выявляет особенности каждого страхового случая, оценивает страховую стоимость	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 4	Обучающийся находит необходимую информацию в сети интернет, собирает и систематизирует сведения	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 5	сравнивает и анализирует сведения, полученные из сети интернет, делает выводы	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 6	предоставляет результаты, полученные при работе в команде	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 7	сравнивает и оценивает выводы, полученные членами команды, формулирует итоговые выводы	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 8	намечает план действий, сравнивает работу различных страховых компаний, выявляет особенности	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ОК 9	анализирует и объясняет разницу основных видов продуктов страхования	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.1	устанавливает различия в технологиях агентских продаж	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.2	Формулирует принципы технологий брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.3	объясняет технологии банковских продаж	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.4	истолковывает технологии сетевых посреднических продаж	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.5	описывает технологии прямых офисных продаж	Контрольная работа,	Перечень вопросов (33) и тестовых

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
		Вопросы к экзамену	заданий
ПК 1.6	оформляет полисы, заполняет бланки	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.7	формулирует особенности технологии прямых продаж	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.8	грамотно излагает мысли, владеет страховой терминологией, формулирует особенности страховых продуктов	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.9	владеет технологиями интернет-маркетинга в розничных продажах	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий
ПК 1.10	определяет основные виды страхования ответственности, перестрахования, основные виды личного страхования	Контрольная работа, Вопросы к экзамену	Перечень вопросов (33) и тестовых заданий

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	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. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании	Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными

		сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

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	Роль и место прямых продаж в страховых компаниях
2	Разработка стратегии прямых продаж
3	Место прямых продаж в структуре планов страховой компании
4	Оценка эффективности прямых продаж
5	Маркетинговая стратегия прямых продаж
6	Формирование стратегии развития каналов прямых продаж
7	Разработка мер по повышению качества прямых продаж
8	Виды и формы плана прямых продаж
9	Разработка показателей в сфере прямых продаж
10	Нормативная база по планированию прямых продаж
11	Разработка принципов создания структуры прямых продаж
12	Анализ сильных и слабых сторон моделей прямых продаж
13	Технология брокерских продаж. Привлечение брокеров
14	Реализация технологий прямых продаж
15	Принципы управления участниками прямых продаж
16	Материально-техническое обеспечение подразделений прямых продаж
17	Принципы стимулирования участников прямых продаж
18	Технологии прямых продаж и оценка их эффективности
Дополнительные вопросы	
1	Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж.
2	Виды каналов продаж страховой компании
3	Факторы, влияющие на соотношение каналов продаж
4	Тенденции развития каналов продаж в России (особенности развития)
5	Тенденции развития каналов продаж в развитых странах
6	Виды и формы планов.
7	Показатели плана продаж
8	Методы разработки плана продаж
9	Нормативный метод планирования продаж (KPI)

10	Процедура разработки плана продаж
11	Типы и виды стратегий страховой компании
12	Стратегические компетенции ТОП - Прямые продажи страховых продуктов в страховой компании
13	Методы повышения эффективности продаж.
14	Признаки конкурентной силы и слабости страховой компании
15	Психологические типы клиентов

9.2.2. Вариант тестовых заданий по дисциплине во 2 семестре

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Исходной точкой управления продажами является их: а) планирование б) виды и формы планов продаж в) стратегия продаж	А
2	Исходя из чего формируется расходная часть бюджета компании на очередной год а) объема продаж б) годового бюджета в) распределение ресурсов	А
3	План продаж страховой компании на очередной год агрегирует в себе: а) планы продаж точек продаж (агентства, центры продаж, филиалы) б) розничные продажи в) бизнес идеи	А, Б
4	Метод планирования продаж применяется в тех страховых компаниях, которые измеряют КРІ в сфере продаж: а) нормативный метод б) метод капитализации в) метод прогноза	А
5	Планирование по продуктам, каналам и целевым клиентским сегментам: а) принципы планирования б) виды планирования в) объекты планирования	А
6	Выберите 2 показателя по видам страхования учитывающие план продаж страховых продуктов. а) число полисов, тыс. ед.; б) розничные продажи, тыс. ед.; в) средняя цена полиса, тыс. руб	А, В
7	Отметьте один из методов разработки планов продаж. а) метод прогноза капитуляции б) метод прогноза в) нормативный метод	Б
8	В каких страховых компаниях применяется нормативный метод планирования? а) которые измеряют КРІ (ключевые показатели деятельности) в сфере продаж б) разрабатывающих КРІ в сфере продаж в) оба	А
9	Теоретические знания об основах бизнес-планирования позволит: а) существенно сокращать время его практической реализации и избежать серьезных ошибок при организации финансового планирования б) сокращать время его практической и теоретической реализации в) способы продвижения на рынок зависит от присутствия ценовой конкуренции со стороны другой СК.	А
10	Что не входит в принципы планирования страховой компании? а) Консолидация б) Взаимосвязь стратегического и текущего планирования в) Финансово-экономическая служба	А, В
11	Какие показатели не относятся к ключевым показателям деятельности страховой компании в сфере продаж? а) Количество продаж на агента б) Метод прогноза рынка в) Средняя цена полиса	Б
12	На чем основан метод экстраполяции? а) прогноз сбора данных страховых премий на страховом рынке б) среднегодовые темпы прироста продаж компании в предыдущие годы в) исходные руководящие положения, реализуемые в ходе его осуществления	Б
13	Что такое принципы планирования? а) исходные руководящие положения, реализуемые в ходе его осуществления б) планирование по продуктам, каналам и целевым клиентским сегментам в) это процесс обеспечения офиса розничных продаж необходимыми техническими средствами (ПК, принтер, сканер, факс), обеспечение офиса розничных продаж специально подготовленным помещением с интерьером выдержанном в стиле компании (корпоративные цвета), обеспечение клиенту максимально-комфортных условий посещения этого офиса.	Б
14	Как определяется алгоритм расчета по доле ВВП и темпам роста? а) Берется прогноз прироста ВВП по годам и его абсолютные показатели. б) Определяется прогноз доли страхования в ВВП не по годам.	А, В

	в) Определяется общий объем рынка на основе доли страхования в ВВП.	
15	Что является главной составляющей доходной части бюджета страховой компании на очередной год? а) план продаж б) инвестиционные доходы в) доходы от продаж страховых продуктов	А
16	Какие показатели по видам страхования учитывает план продаж? а) число полисов б) розничные продажи в) объем продаж г) корпоративные продажи д) средняя цена полиса, все клиенты е) все выше перечисленное	Е
17	Какой вид плана по-другому можно назвать «бизнес-план»? а) Стратегический план б) Оперативный план в) План маркетинга	Б
18	Что требует правильная система продаж наличия в компании как в натуральном, так и финансовом выражении? а) Управленческий рост б) Плановые показатели в) Число полисов	Б
19	Принципы планирования – а) это планирование всех доходов и направлений расходования денежных средств для обеспечения развития организации б) это исходные руководящие положения, реализуемые в ходе его осуществления. в) это планирование неразрывно связано со стратегическим планированием, так как там, где используется стратегическое планирование, возникает в тактическом планировании.	А, В
20	Что можно рассчитать, зная среднюю цену полиса? а) объем страховой премии б) страховую выплату в) объем продаж	А
21	Подготовка рабочего места продавца - это а) элементы ПРМ б) функции ПРМ в) виды ПРМ	А
22	Технология ПРМ рассматривается как: а) технология продаж полисов на рабочих местах б) исходящий обзвон клиентов с целью актуализации и подтверждения информации в) выезд на предприятие и проведение переговоров с конкретными работодателями	А
23	В функции страхового менеджера входит: а) выезд на предприятие и проведение переговоров с конкретными работодателями б) контроль эффективности в) руководящие положения, реализуемые в ходе его осуществления.	А, Б
24	Что такое SWOT-анализ? а) это набор действий и решений, принятых руководством, предназначенных для достижения организацией своих целей; б) это метод, используемый для стратегического предвидения силы последствий, действия факторов оказывающих влияние на страховую компанию в) исследование политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые могут повлиять на стратегию страховой компании	Б
25	На что нацелен SWOT-анализ? а) на выявление, структурирование и сравнение уже имеющихся сильных и слабых сторон компании; б) на планирование финансовых показателей в) набор действий и решений, принятых руководством, предназначенных для достижения организацией своих целей	А
26	Что такое PEST-анализ? а) исследование политических, экономических, социальных и технологических факторов, которые могут повлиять на стратегию страховой компании; б) служит для обслуживания корпоративных и частных клиентов в) на выявление, структурирование и сравнение уже имеющихся сильных и слабых сторон компании	А

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

9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета или защите курсовой 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 (контрольной работы)

устная письменная компьютерное тестирование иная

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине (комплексный экзамен)

устная письменная компьютерное тестирование иная

9.3.3. Особенности проведения (контрольной работы, экзамена)

Во втором семестре проводится письменная контрольная работа по МДК.01.02 (в форме тестирования), на которую отводится два аудиторных часа.

По завершении изучения профессионального модуля проводится комплексный экзамен по ПМ.01 в виде устного собеседования. Обучающиеся предоставляют отчеты по выполненным практическим работам, (при наличии отзыва работодателя, предоставляют отзыв или характеристику). Обучающимся предлагаются вопросы для устного собеседования, образцы бланков договоров страхования, лицензий.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.01 <i>(Индекс модуля)</i>	Реализация различных технологий розничных продаж в страховании <i>(Наименование модуля)</i>
--	---

1. Составляющие профессионального модуля

Индексы	Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем (часы)
МДК.01.01	Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)	63
МДК.01.02	Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)	63
МДК.01.03	Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям)	78
ПП.01.01	Технологии розничных продаж в страховании	36
Общая трудоемкость профессионального модуля		240

2. Цель профессионального модуля

Сформировать компетенции обучающегося в области реализации различных технологий розничных продаж в страховании

3. Задачи профессионального модуля

- изучение страхования как сферы деятельности;
- изучение документов по страховым продажам;
- изучение различных видов продаж страховых продуктов

4. Фонд оценочных средств профессионального модуля предварительно одобрен работодателем

ОАО СК Страховая компания «Либерти-Страхование»