**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение**

**Московской области**

**«Воскресенский колледж»**

**Аннотация к рабочей программе модуля**

**ПМ 02. Организация продаж страховых продуктов**

**Специальность 38.02.02 СТРАХОВОЕ ДЕЛО (ПО ОТРАСЛЯМ)**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

**иметь практический опыт:** организации продаж страховых продуктов

**уметь:**

1.Анализировать основные показатели страхового рынка;

2.Выявлять перспективы развития страхового рынка;

3.Применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;

4.Формировать стратегию разработки страховых продуктов;

5.Составлять стратегический план продаж страховых продуктов;

6.Составлять оперативный план продаж;

7.Рассчитывать бюджет продаж;

8.Контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;

9.Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж;

10.Проводить анализ эффективности организационных структур продаж;

11.Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы

12.Определять перспективные каналы продаж;

13.Анализировать эффективность каждого канала;

14.Определять величину доходов и прибыли канала продаж;

15.Оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации;

16.Рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;

17.Проводить анализ качества каналов продаж;

**знать:**

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.

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Код компетенции** | **Наименование результата обучения** |
| 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. |
| 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. |

Максимальный объем часов – 252ч.

Обязательная учебная нагрузка – 120 ч.

**Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК):**

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

МДК 02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)

**Промежуточная аттестация:**

ПM.02.ЭК Экзамен по модулю,

дифференцированный зачет МДК 02.01, МДК 02.02

В ПМ 02 предусмотрена учебная и производственная практика.

Тематика по разделам ПМ.02

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

**Раздел 1. Планирование и организация продаж в страховании**

Тема 1.1. Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка

Тема 1.2. Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж.

Тема 1.3 Порядок формирования продуктовой стратегии. Стратегический план продаж страховых продуктов

Тема 1.4 Оперативный план продаж. Порядок расчета бюджета продаж

**МДК 02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)**

**Раздел 2. Анализ эффективности продаж (по отраслям)**

Тема 2.1 Специфика финансового анализа страховых организаций

Тема 2.2 Страховая организация как объект финансового анализа

Тема 2.3 Анализ показателей финансовой устойчивости страховщика

Тема 2.4. Анализ операций и финансовых результатов страховой организации

Контроль результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе практических занятий, контрольной и самостоятельной работы.

 При планировании реализации учебной дисциплины проводится промежуточная аттестация и текущий контроль индивидуальных образовательных достижений. Текущий контроль проводится в процессе проведения практических занятий, устного опроса и выполнения обучающимися практических работ. По МДК - – дифференцированные зачеты, по модулю квалификационный экзамен

 Для промежуточной аттестации, текущего и итогового контроля преподавателем создаются фонды оценочных средств. Фонды оценочных средств включают в себя различные дидактические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия или несоответствия индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов подготовки.