

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.02 Организация продаж страховых продуктов**

38.02.02 Страхование (негосударственное страхование)

Разработчик:

Коломиец О.А., преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	3
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	3
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	14

## 1. АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.02«Страховое дело (негосударственное страхование)» (базовой подготовки).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовки в должности служащего агент страховой. Образование: среднее общее. Опыт работы не требуется.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) **Организация продаж страховых продуктов**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	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 страхового продукта.
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.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания:

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
ПК2.1 ОК1- ОК9	ПО1 Организация продаж страховых продуктов	У1 Формировать стратегию продажи страховых продуктов У2 Составлять стратегический план продаж страховых продуктов (6 часов – МДК 02.01) У3 Анализировать основные показатели страхового рынка У4 Выявлять перспективы развития страхового рынка (6 часов – МДК 02.01) У5 Составлять оперативный план продаж (6 часов – МДК 02.01) У6 Рассчитывать бюджет продаж	31 Роль и место розничных продаж в страховой компании 32 Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж 33 Принципы планирования продаж страховых продуктов 34 Нормативную базу в страховой компании по планированию продаж 35 Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития (6 часов- МДК 02.01) 36 Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании 37 Методы определения целевых клиентских сегментов 38 Основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж

			<p>39 Порядок формирования ценовой стратегии</p> <p>310 Виды и формы плана продаж</p> <p>311 Маркетинговые основы розничных продаж</p> <p>312 Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование</p>
<p><b>ПК 2.2. ОК 1-ОК 9</b></p>	<p><b>ПО1</b> Организация продаж страховых продуктов</p>	<p>У7Применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж</p> <p>У8Выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж</p> <p>У9Организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж</p>	<p>313 Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов</p> <p>314 Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж</p> <p>315 Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности</p> <p>316 Каналы розничных продаж в страховой компании</p> <p>317 Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж<i>(6 часов – МДК 02.01)</i></p> <p>318 Классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж</p> <p>319 Принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж</p> <p>320 Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, канальная, смешанная</p>
<p><b>ПК 2.3. ОК 1-9</b></p>	<p><b>ПО1</b> Организация продаж страховых продуктов</p>	<p>У10Проводить анализ эффективности организационных</p>	<p>321 Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж</p>

		<p>структур продаж (6 час.- МДК 02.02)</p> <p>У11Определять величину дохода и прибыли канала продаж</p> <p>У12Контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры стимулирующие его исполнение</p>	<p>322 Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж (6 часов – МДК 02.02)</p> <p>323 Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж</p>
<p><b>ПК</b> <b>2.4.</b> <b>ОК 1-9</b></p>	<p><b>ПО1</b> Организация продаж страховых продуктов</p>	<p>У13Анализировать эффективность каждого канала</p> <p>У14 проводить анализ качества каналов продаж</p> <p>У15Рассчитывать коэффициенты рентабельности (6 часов – МДК 02.02)</p> <p>У16Оценивать влияние финансового результата продаж на итоговый результат страховой организации</p> <p>У17Определять перспективные каналы продаж</p>	<p>324 Способы анализа каналов продаж на различных страховых рынках</p> <p>325 Основные показатели эффективности продаж</p> <p>326 Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом (6 часов – МДК 02.02)</p> <p>327 Качественные показатели эффективности канала продаж</p> <p>328 Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж (6 часов – МДК 02.02)</p>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования учебной дисциплины / разделов профессионального модуля	Всего часов	Макс. учебная нагрузка	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины / междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
					Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Произв. (по профилю специальности), часов
					Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК 2.1.- 2.2.	Раздел 1. Осуществление планирования и организация продаж в страховании (негосударственное страхование)	156	120	30	84	36	-	36	-	-	36
ПК 2.3.- 2.4.	Раздел 2. Анализ эффективности продаж (негосударственное страхование)	144	108	30	72	24	-	36	-	-	36
	Всего:	300	228	60	156	60	-	72			72

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Раздел 1. Осуществление планирования и организация продаж в страховании (негосударственное страхование)</b>										
МДК. 02.01.Планирование и организация продаж в страховании (негосударственное страхование)			48	36	36					
Тема 1 Стратегическое управление розничными продажами	Страховой маркетинг и его функции Изучение страховых рынков Основные понятия страхового маркетинга Потребительское поведение на страховом рынке Потребительское поведение на страховом рынке Маркетинговые исследования Сегментация страховых рынков Маркетинговые исследования и сегментация Позиционирование и дифференциация Позиционирование и сегментация Изучение страхового рынка	1.О.Основные понятия страхового маркетинга: тест 2.ОПотребительское поведение на страховом рынке 3.Маркетинговые исследования и сегментация 1.КР.О.Контрольная работа: маркетинговые исследования рынка и покупательского поведения 4. Позиционирование и сегментация 5.Бенчмаркинг страхового	34	22	24	У1-У4	31-39	1.1-1.2..	1.1.-1.5.	Проверка выполнения работ



	<p>Анализ конкурентов  Бенчмаркинг  Бенчмаркинг страхового рынка  Страховые продукты и Разработка страховых продуктов  Сравнительный анализ конкурентов  Ценовая стратегия страховой организации  Ценообразование и техническое сегментирование  Разработка комплекса маркетинга страхового продукта (стратегический план продаж)  Планирование организационной структуры продаж  Планирование организационной структуры продаж  Сбытовая политика страховщика  Организация системы сбыта страховщика  Разработка стратегии каналов продаж</p>	<p>рынка  6.О.Разработка страховых продуктов  7.Сравнительный анализ страховых продуктов конкурентов (по вариантам)  8.О.Ценообразование на страховые продукты  9.Планирование организационной структуры продаж  2.КР.О. Продуктовая политика страховой организации  10.О. Разработка стратегии каналов продаж</p>									
<p><b>Тема 2.  Оперативное планирование и организация розничных продаж</b></p>	<p>Оперативное планирование продаж  Особенности и технологии стратегического бюджетирования  Стратегическое и оперативное бюджетирование  Создание плана продаж  Планирование по агентскому каналу продаж  Разработка плана продаж  Планирование продаж по агентствам и филиалам</p>	<p>11.О.Разработка плана продаж  12.Разработка плана продаж филиала  3.КР.О.Итоговая контрольная работа  13.Решение кейса: Оценка перспектив развития страховых продуктов  14.Определение целевых клиентских сегментов по данным официального</p>	14	14	12	У5-У6	310-313	1.1-1.2., 2.2.	1.1.-1.5.	Проверка выполнения работ	

	<p>Разработка плана продаж филиала  Разработка плана открытия точки продаж  Коммуникации страховщика  Паблик рилейшнз как маркетинговый инструмент  Организация пресс-конференции  Техники написания пресс-релиза  Планирование PR мероприятий</p>	<p>сайта страховой организации (по распределению)  15.Эссе покупательское поведение страхователя  16.Ценовая стратегия страховщика: решение кейса  17.Планирование мероприятий по выполнению планов продаж</p>								
<b>Раздел 2 Анализ эффективности продаж (негосударственное страхование)</b>										
<b>МДК 02.02. Анализ эффективности продаж (негосударственное страхование)</b>			48	24	36					

<p><b>Тема 1.</b> <b>Система изучения страхового рынка и конкурентной позиции страховой организации</b></p>	<p>Структура продаж страховой организации Цели и задачи экономического анализа Методы и приемы экономического анализа страховых операций Информационная база страховых операций Расчет базисного и цепного приростов Расчет темпов роста и прироста Способы обработки экономической информации Факторный анализ Анализ влияния количественных и качественных показателей на итоговый показатель. Решение задач. Анализ структуры страхового портфеля Основные показатели качества страхового портфеля Анализ величины и качества страхового портфеля Понятие динамики и условия сопоставимости рядов динамики Анализ развития добровольных видов страхования Анализ выполнения плана Оценка эффективности организационных структур управления продажами Централизация и оценка эффективности организационных структур Методика проведения SWOT-анализа</p>	<p>1. Структура продаж страховой организации 2. Цели и задачи экономического анализа 3. Расчет базисного и цепного приростов 4. О. Анализ структуры страхового портфеля Работа 5. Анализ величины и качества страхового портфеля  6. О. Расчет эффективности продаж продающего подразделения 7. Проведение SWOT анализа страховой организации  11. Расчет эффективности продаж продающего подразделения (РГС и СОГАЗ) 12. Методы расчета различных показателей убыточности и формирование выводов 16. Система изучения страхового рынка</p>	32	14	24	У3-У4 У10-У11 У13-У15 У9, У13-У16	31-32.,37 319-320 322-324,325			Проверка выполнения работ
<p><b>Тема 5.</b> <b>Анализ</b></p>	<p><b>Анализ финансовых результатов страховой организации</b></p>	<p>8. Анализ доходов и расходов страховщика</p>	16	10	12	У13-У16	325- 329	1.1-1.2.	1.1.-1.12., 2.1-	Проверка выполнения работ

<b>финансовы х результато в страховой организаци и</b>	<p>Доходы и расходы страховой организации</p> <p>Анализ результатов работы филиалов по страхованию имущества физических лиц</p> <p>Форма 2. Отчет о прибылях и убытках страховщика</p> <p>Анализ доходов и расходов страховщика</p> <p>Относительные показатели расходов страховщика</p> <p>Анализ эффективности различных каналов продаж</p> <p>Расчет технического результата и сопоставление расходов страховщика</p> <p>Решение задач по расчету показателей убыточности</p>	<p>1. КР.О.Контрольная работа</p> <p>Работа 9. Расчет показателей эффективности продаж</p> <p>10. Анализ показателей рентабельности продающего подразделения</p> <p>2 КР.О.Контрольная работа</p> <p>13. Классификация доходов и расходов страховой организации</p> <p>14. Анализ отчета о прибылях и убытках</p> <p>15. Оценка рентабельности страхового агентства</p>						2.10	
Производствен ная практика	<p>Изучить действующую стратегию страховой организации по продажам страховых продуктов.</p> <p>Провести SWOT анализ по выбранному направлению (страхование автотранспортных средств, страхование имущества физических лиц, страхование ДМС, представление в виде таблицы).</p> <p>Оценка стратегического видения (миссии) компании. Проверка на соответствие 3м факторам принимаемым во внимание при разработке стратегического видения компании.</p> <p>Составить матрицу жизненного цикла страхового продукта (наиболее продаваемых продуктов в портфеле</p>		72					1.1.- 1.12., 2.1- 2.10	Защита отчета по практике

	<p>СК) и предложение стратегии развития продаж данного продукта (матрица Бостонской консультативной группы). Изучить организационную структуру продаж (по каналам продаж). Представление в виде блок-схемы. Составить оперативный план продаж по агентскому каналу продаж (в разрезе: год, квартал, по страховым агентам). Представление в виде таблицы.</p> <p>Ознакомиться со структурой каналов продаж в страховой организации. Представить в виде таблицы распределение плана по каналам продаж (в разрезе: страховая премия и аквизиция (комиссионное вознаграждение)).</p> <p>Ознакомиться с методами страхового маркетинга применяемого в отношении некоторых страховых продуктов (выбранного страхового продукта (описание продукта, цены, место продажи, методы продвижения)).</p> <p>Ознакомиться с планом мероприятий по организации продаж новых страховых продуктов. Представить образец плана мероприятий по организации (или продвижению, активизации) продаж новых (или действующих) страховых продуктов.</p>									
Промежуточная аттестация										экзамен

#### **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

##### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Страховое дело» и кабинета «Информационных технологий в профессиональной деятельности».

##### **Оборудование учебного кабинета:**

##### **1. Кабинет «Страховое дело»:**

- 1.1. шкаф офисный
- 1.2. посадочные места для обучающихся (столы ученические-11, стулья ученические – 22)
- 1.3. рабочее место преподавателя (стол преподавательский, кресло преподавателя)
- 1.4. компьютеры, подключенные к внутренней информационной сети колледжа с необходимыми офисными программами (15 мест)
- 1.5. столы компьютерные (14 шт.)
- 1.6. стулья крутящиеся (14 шт.)
- 1.7. мультимедийный проектор
- 1.8. экран
- 1.9. доска стеклянная
- 1.10. доска пробковая для информации
- 1.11. раздаточный материал: формы страховых документов
- 1.12. флип-чарт

##### **2. Кабинет «Информационных технологий в профессиональной деятельности»:**

- 2.1. шкаф офисный;
- 2.2. стол преподавательский;
- 2.3. компьютеры, подключенные к внутренней информационной сети колледжа с необходимыми офисными программами (13 шт)

- 2.4. принтер;
- 2.5. проектор;
- 2.6. экран;
- 2.7. столы прямые(13 шт);
- 2.8. столы компьютерные(13 шт);
- 2.9. кресла крутящиеся;
- 2.10. стулья на м/каркасе

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

## **4.2. Информационное обеспечение обучения**

### **1. Основные источники:**

- 1.1. 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, 2018. — 230 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01041-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/413753>
- 1.2. Страхование : учебник для вузов / Л. А. Орланюк-Малицкая [и др.] ; под редакцией Л. А. Орланюк-Малицкой, С. Ю. Яновой. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12272-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476432>
- 1.3. Тарасова, Ю. А. Страховое дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. А. Тарасова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14274-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491370>

### **2. Дополнительные источники:**

- 2.1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490035>

2.2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488953> (дата обращения: 15.09.2022).

### **3. Интернет-ресурсы**

3.1. <http://www.cbr.ru/> «Центральный Банк Российской Федерации»

3.2. <http://www.asn-news.ru/> «Агентство страховых новостей»

3.3. <http://www.insur-info.ru/> «Страхование сегодня»

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 22 академических часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению профессионального модуля. Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки составляет 15 академических часов.

Перед изучением профессионального модуля «Организация продаж страховых продуктов» обучающиеся изучают дисциплины в соответствии с учебным планом.

Обязательным условием допуска к производственной практике является получение необходимых знаний в рамках профессионального модуля «Организация продаж страховых продуктов».

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

- наличие высшего образования в области «Экономика», «Финансы и кредит»
- опыт работы в организациях финансовой сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в страховых организациях не реже 1 раза в 3 года.