департамент образования вологодской области

БПОУ ВО «вологодский аграрно-экономический колледж»

**ФОНД**

**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ. 02 Изучение страхового рынка

и организация продаж страховых продуктов

(наименование модуля)

38.02.02 Страховое дело (по отраслям)

(код и наименование профессии (специальности)

Специалист страхового дела

(квалификация выпускника)

Вологда

2024 г.

|  |
| --- |
| Разработчик:  Сорокина И.Э., преподаватель БПОУ ВО «Вологодский аграрно-экономический колледж», к.э.н., доцент  Ф.И.О., должность, организация |
| Рассмотрено:  на заседании методической комиссии экономических и технологических дисциплин  «16» мая 2024 г., протокол №10  председатель комиссии  О.Б. Литвинова |

**Перечень основных показателей оценки результатов, элементов практического опыта, знаний и умений, подлежащих текущему контролю и промежуточной аттестации**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код формируемых общих (ОК), профессиональных компетенций (ПК), их наименование** | **Знания, умения, владение навыками**  **в соответствии с программой профессионального модуля** | | |
| ОК 1.  Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | УМЕТЬ  -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части;  -определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы;  -выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;  -владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  -оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | ЗНАТЬ  -актуальный профессиональный и социальный контекст;  -структуру плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;  -основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте;  -методы работы в профессиональной и смежных сферах;  -порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности | ВЛАДЕТЬ НАВЫКАМИ |
| ОК 2.  Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | -определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации;  -выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию;  -оформлять результаты поиска,оценивать практическую значимость результатов поиска;  -применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;  -использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности4  **-** использовать различные цифровые средства для решения  профессиональных задач | -номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;  -приемы структурирования информации, формат оформления результатов, поиска информации;  -современные средства и устройства информатизации,  порядок их применения и  программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства |  |
| ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | -определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;  **-**применять современную научную профессиональную терминологию; **-**определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;  **-**выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;  -выявлять источники финансирования презентовать идеи открытия собственного  дела в  профессиональной деятельности;  -определять источники достоверной правовой информации, составлять различные правовые документы;  -находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать;  -оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта | -содержание актуальной нормативно-правовой документации;  -современную научную и профессиональную терминологию;  -возможные траектории профессионального развития и самообразования;  -основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности **;**  **-**правила разработки презентации, основные этапы разработки и реализации проекта |  |
| ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | -организовывать работу коллектива и командывзаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | -психологические основы деятельности коллектива; -психологические особенности личности |  |
| ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | -грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке,проявлять толерантность в рабочем коллективе | -правила оформления документов;  -правила построения устных сообщенийособенности социального и культурного контекста |  |
| ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | -понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темыучаствовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;  -строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельностикратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);  -писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы | -правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы,основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика),  лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;  **-**особенности произношенияправила чтения текстов профессиональной направленности |  |
| ПК 2.1  Проводить статистические наблюдения в целях выяснения спроса на страховые продукты | -проводить опросы предпринимателей, потребителей и других специфических категорий населения в ходе проведения маркетинговых исследований;  -собирать и хранить первичные опросные документы в соответствии с правилами, обеспечивающими сохранность и конфиденциальности первичных статистических данных;  - формировать массивы первичных отчетных документов;  -контролировать правильность первичных статистических данных путем осуществления логического и арифметического контроля показателей;  -оценивать спрос на страховые услуги | -основные этапы проведения исследования страхового рынка;  -нормативные правовые акты, методические документы по проведению анкетирования и интервьюирования в целях сбора первичных статистических и социологических данных;  -методы логического и арифметического контроля качества первичных статистических данных;  -нормативно-правовые акты, методические документы по обеспечению сохранности первичных статистических данных, их конфиденциальности;  -методы исследования страхового рынка и модель маркетингового комплекса страховой организации;  -нормативно-правовые акты, методические документы по обработке и хранению  статистических данных, принципы и технику осуществления статистических и социологических опросов различных групп респондентов принципы и технику формирования массивов первичных статистических документов  маркетинг в страховании | -изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов;  -изучения потенциального спроса на страховые продукты для физических и юридических лиц |
| ПК 2.2  Проводить анализ предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг | -проводить  сравнительный анализ страховых продуктов; -формировать перечень страховых продуктов для целевого сегмента разрабатывать информационные материалы по страховым продуктам выявлять основных конкурентов страховой организации и перспективные целевые сегменты  анализировать страховые продукты | -процесс разработки страхового продукта конкурентные стратегии страховой организации,  -принципы формирования линейки страховых продуктов;  -сегментацию страхового рынка и позиционирование клиентов маркетинг в страховании | -изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов;  -анализа предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг |
| ПК 2.3  Организовывать взаимодействие со страховыми агентами и посредниками | -консультировать респондентов по вопросам, связанным с заполнением отчетных документов формировать организационные структуры управления; принимать эффективные решения, используя систему методов управления;  -осуществлять взаимодействие со страховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации, с нестраховыми посредниками по реализации страховых продуктов страховой организации;  - разрабатывать и реализовывать программы по работе с нестраховыми посредниками информировать страховых агентов и посредников о деятельности страховой организации, о страховых продуктах и о правилах страхования;  -рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;  -рассчитывать размер вознаграждения агентов;  -определять размер мотивационного вознаграждения агентов по результатам работы;  -взаимодействовать с подразделениями страховой организации, со страховыми агентами | -цель, задачи и содержание страхового менеджмента, особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;  -внешнюю и внутреннюю сферу страховой организации;  -государственное регулирование страхового бизнеса,  -основы управления персоналом страховой организации, структуру и участников страхового бизнеса, классификацию страховых посредников;  -систему показателей оценки эффективности каналов продаж;  -принципы взаимодействия страховой организации со страховыми и нестраховыми посредниками, принципы построения и управления агентской сетью;  -правила деловой коммуникации, корпоративной этики теории и практики страхования | - изучения страхового рынка и организации продаж страховых продуктов;  -анализ действующих условий страхования в страховой организации |
| ПК 2.4  Анализировать показатели продаж страховых продуктов | -анализировать основные показатели развития страхового рынка в разрезе видов страхования и каналов продаж;  -собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;  -анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;  -рассчитывать финансово-экономические показатели, характеризующие деятельность организации;  -применять методики определения экономической эффективности производства;  -использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии;  -формировать отчеты о продажах страховых продуктов подразделениями страховой организации;  -анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов подразделениями страховой организации;  -анализировать выполнение плана продаж страховых продуктов через отдельные каналы продаж;  -анализировать структуру страхового портфеля по подразделениям, каналам продаж и по страховой организации в целом;  -рассчитывать показатели эффективности отдельных каналов продаж;  -пользоваться программным обеспечением | -методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации с использованием вычислительной техники; -методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений ;  -классификацию методов  и приемов, используемых при анализе финансово-хозяйственной деятельности организации;  -порядок ведения договорной работы;  -систему показателей продаж страховой организации;  -понятие сбалансированного страхового портфеля страховой организации;  -структуру доходов и расходов страховой организации;  -показатели оценки эффективности каналов продаж страховой организации, документооборот |  |

**Материалы текущего контроля по**

**ПМ 02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов**

**Письменные и устные опросы**

МДК 02.01. Маркетинг страховых услуг

Письменные и устные опросы проводятся по темам:

1. Страховой маркетинг: сущность, функции, новые направления.
2. Планирование страхового маркетинга.
3. Маркетинговые исследования рынка и страховых услуг.
4. Страховой продукт: сущность и особенности разработки.
5. Организационный маркетинг в страховом предпринимательстве.

Перечень вопросов (пример):

Тема 1. Страховой маркетинг: сущность, функции, новые направления.

1. Понятие страхового маркетинга.
2. Особенности маркетинга в сфере страхования.
3. Функции маркетинга.
4. Составляющие страхового маркетинга.
5. Новые направления страхового маркетинга и их эффективность

Тема 2. Планирование страхового маркетинга

1. Понятие «планирование страхового маркетинга», его цели.
2. Стратегия и тактика продаж.
3. Требования к планированию маркетинговой деятельности.
4. Стратегическое и тактическое планирование.

МДК 02. 02 Организация продаж страховых продуктов

Письменные и устные опросы проводятся по темам:

1. Основы страхового предпринимательства.
2. Ценообразование в страховании
3. Каналы продаж в страховом предпринимательстве.
4. Технологии продвижения страховых услуг.
5. Управление продажами страховых.

Перечень вопросов (пример):

Тема 1. Основы страхового предпринимательства

1. Сущность страхового предпринимательства.
2. Участники страховых отношений. Их роль в продвижении страховых продуктов и услуг.
3. Характеристика бизнес-процессов в страховом предпринимательстве.
4. Страховой рынок: внутренняя система и внешнее окружение.

МДК 02.03. Анализ продаж страховых продуктов

Письменные и устные опросы проводятся по темам:

1. Финансовое планирование и бюджетирование.
2. Основы анализа продаж страховой организации.

Перечень вопросов (пример):

1. Понятие финансового маркетинга в страховании. учета.
2. Особенности формирования финансовой стратегии страховщика.

3. Особенности финансового планирования в страховании.

4. Финансовый анализ, ключевые финансовые показатели страховщика.

5. Определение доходов и расходов каналов продаж.

6. Разработка плана продаж на итоговый результат страховой организации.

**Критерии оценки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | | Характеристика критерия |
| 5 | «отлично» | Вопрос раскрыт полностью, логично, приведены примеры. |
| 4 | «хорошо» | Вопрос раскрыт полностью, отсутствуют конкретные примеры |
| 3 | «удовлетворительно» | Дана краткая характеристика вопроса, упущены существенные характеристики |
| 2 | «неудовлетворительно» | Вопрос не раскрыт |

**Спецификация практических заданий**

МДК 02.01. Маркетинг страховых услуг

Практические задания используются для проведения практических работ по темам:

1. Страховой маркетинг: сущность, функции, новые направления.
2. Планирование страхового маркетинга.
3. Маркетинговые исследования рынка страховых услуг.
4. Страховой продукт: сущность и особенности разработки.
5. Организационный маркетинг в страховом предпринимательстве.

МДК 02. 02. Организация продаж страховых продуктов

Практические задания используются для проведения практических работ по темам:

1. Основы страхового предпринимательства.
2. Ценообразование в страховании.
3. Каналы продаж в страховом предпринимательстве.
4. Технологии продвижения страховых услуг.
5. Управление продажами страховых услуг.

МДК 02.03. Анализ продаж страховых продуктов

Практические задания используются для проведения практических работ по темам:

1. Финансовое планирование и бюджетирование.
2. Основы анализа продаж страховой организации.

Практические задания

МДК 02.01. Маркетинг страховых услуг

Задание 1. Провести маркетинговый анализ открытия точки продаж страховых продуктов в Вологодской области в предложенной последовательности:

1.Анализ общей характеристики страхового рынка в Вологодской области:

- страховые компании, работающие в Вологодской области, их удельный вес; средние сборы этих компаний в месяц;

- доля рынка страховой компании на территории Вологодской области;

- планируемая доля рынка в Вологодской области в следующем году, в процентах;

- количество договоров страхования (полисов), число клиентов.

2. Сегментация рынка:

1. Корпоративные клиенты:

- отраслевой признак;

- размер;

- тип структуры;

- отношения с компанией.

2. Физические лица:

-социальный статус;

-доходы;

-семейное положение;

-отношения с компанией;

-«психотипы».

3. Ценовая конкуренция.

4. Разработка маркетинговой стратегии:

4.1. Наличие и достаточное количество собственных точек продаж.

4.2. Месторасположение точек продаж.

4.3. Режим работы точек продаж.

4.4. Наличие и достаточность продуктовой линейки.

4.5. Квалифицированные продавцы, материально заинтересованные в увеличении объемов продаж.

4.6. Проведение рекламных мероприятий.

5. Рекламная политика. Подготовить презентацию на тему «Маркетинговый анализ открытия точки розничных продаж страховых продуктов».

Задание 2.

1. Разработать рекламную поддержку функционирующей точки продаж.

2. Подготовить презентацию на тему «Рекламная поддержка точки розничных продаж страховых продуктов».

Задание 3. Используя данные страховых продуктов по автострахованию СК Росгосстрах и ВСК, разработайте собственную программу страхования для страхователя. Разработайте и предложите ему наиболее оптимальный вариант автострахования, выбрав его из продуктовой линейки используемой в вашей точке продаж.

1. Возраст владельца авто – 40 лет.

2. Возраст авто-лада – 8 лет.

3. Количество страховых случаев за год – 1.

МДК 02. 02. Организация продаж страховых продуктов

Задание 1. Разработайте оперативный план продаж Вашей страховой компании на 2024г. по следующим показателям предыдущего 2023г.:

Имущественное страхование - 20млн. руб. Корпоративные продажи - 10млн. руб.

Розничные продажи - 10млн. руб. Личное страхование - 18млн. руб.

Корпоративные продажи - 50млн. руб.

Темпы роста общих продаж в 2023 г. - 20%

Задание 2. Составьте стратегический план продаж вашей страховой компании с учетом: целевых клиентских сегментов, страховых продуктов, каналов и технологии продаж, регионов продаж.

МДК 02.03. Анализ продаж страховых продуктов

Задание 1.

Проанализируйте динамику средней страховой суммы на один договор и средний взнос на один договор. Сделать вывод.

Таблица 1 - Динамика средних показателей (по видам страхования)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Кварталы (годы) | | | |
| 1-й | 2-й | 3-й | 4-й |
| Страховая сумма, тыс. руб. | 6345,5 | 6599,3 | 6863,2 | 7137,7 |
| Количество договоров страхования, ед. | 49207 | 51175 | 53222 | 55350 |
| Средняя страховая сумма на один договор, тыс. руб. | 128,9 | 128,9 | 128,9 | 128,9 |
| Сумма полученных страховых премий, тыс. руб. | 8603,5 | 8947,6 | 9305,5 | 9677,7 |
| Средний взнос на один договор, тыс. руб. | 0, 175 | 0, 175 | 0, 175 | 0, 175 |

2.Проанализируйте расходы на ведение дела (РВД),фактическую сумму РВД по виду страхования следует сравнивать с нормативной, заложенной в тарифных ставках по видам страхования.

Таблица 2 - Структура расходов на ведение дела

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Кварталы (годы) | | | |
| 1-й | 2-й | 3-й | 4-й |
| Общая сумма расходов на ведение дела (РВД), тыс. руб. | 2987,1 | 3452,7 | 4110,5 | 5891,7 |
| Расходы на оплату труда, % к обшей сумме РВД | 7,3 | 9,8 | 10,7 | 12 |
| Хозяйственные и канцелярские расходы, % к общей сумме РВД | 1,7 | 2,2 | 3,0 | 3,8 |
| Командировочные расходы, % к общей сумме РВД | 0,2 | 1,4 | 2,7 | 3,2 |
| Другие общехозяйственные расходы, % к общей сумме РВД | 2,8 | 1,6 | 3,6 | 1,0 |

*Критерии оценивания*: оценка «зачтено» ставится при полном выполнении задания, правильном расчете показателей, наличии выводов и предложений.

**Материалы промежуточного контроля по**

**ПМ 02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов**

Перечень вопросов для **дифференцированного зачета** по МДК 02.01. Маркетинг страховых услуг:

1. Понятие, сущность и основные особенности страхового маркетинга.
2. Характеристика современного состояния рынка страховых продуктов и тенденций его развития.
3. Основные факторы, вызывающие усиление конкурентной борьбы на рынке страховых продуктов.
4. Роль маркетинга в системе управления страховой организацией и обеспечения его конкурентного положения на финансовом рынке.
5. Цели, задачи и основные стратегии страхового маркетинга: стратегия расширения контролируемых рыночных сегментов; развития страховых продуктов; завоевания новых рынков.
6. Диверсификации рынков и услуг.
7. Маркетинговые исследования на рынке страховых продуктов.
8. Источники и каналы поступления информации о внешней среде и рынке страховых продуктов, формирующей маркетинговую информационную систему (МИС) страховой компании.
9. Методы сбора и анализа маркетинговой информации, используемые страховой компанией для формирования маркетинговой базы данных.
10. Планирование и проведение маркетинговых исследований на рынке страховых продуктов.
11. Особенности сегментирования рынка страховых продуктов. Критерии выбора страховой компанией целевых сегментов рынка.
12. Позиционирование продуктов и самого страховой компании на финансовом рынке. Основные факторы, определяющие выбор стратегии позиционирования продуктов и бренда страховой компании.
13. Разработка комплекса маркетинга страховой компании.
14. Продуктово-ассортиментная политика страховой компании: классификация ассортимента страховых продуктов.
15. Основные критерии (показатели), характеризующие конкурентоспособность продуктов страховой компании на финансовом рынке.
16. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ) и ее роль в формировании «продуктового портфеля» страховой компании. Характеристика этапов жизненного цикла продуктов страховой компании.
17. Оптимизация процесса обновления ассортимента страховых продуктов. Разработка и внедрение на рынок нового продукта (услуги) страховой компании.
18. Принятие решения о выводе с рынка продукта (услуги) страховой компании.
19. Основные методы и инструменты анализа эффективности ассортиментной политики страховой компании.
20. Современные тенденции развития системы распространения страховых продуктов.

Перечень вопросов для **экзамена** по МДК 02.02. Организацияпродаж страховых продуктов

1. Сущность страхового предпринимательства, связь со страховым менеджментом.

2. Участники страховых отношений и их роль в продвижении страховых продуктов и услуг.

3. Бизнес-процессы в страховом предпринимательстве.

4. Нормативные требования к продаже страховых услуг.

5. Внутренняя система и внешнее окружение страхового рынка.

6. Конкурентная стратегия страховых организаций.

7. SWOT-анализ страховой организации.

8. Методика и оценка результатов страхового предпринимательства.

9. Конкурентоспособность страховой организации.

10. Сущность и виды цен в страховании.

11. Функции цены в страховании.

12. Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе.

13. Модели ценообразования на страховые продукты.

14. Этапы ценообразования в страховом бизнесе.

15. Регулирование страховых тарифов.

16. Страховые риски.

17. Расчёт страховых тарифов.

18. Понятие и структура систем продаж в страховом предпринимательстве.

19. Каналы продаж в страховом предпринимательстве.

20. Классификация страховых посредников.

21. Агентские сети страховых организаций.

22. Сущность, функции и роль страхового брокера как посредника на страховом рынке.

23. Прямые продажи, или директ-маркетинг страховых услуг.

24. Комплексный (пакетный) характер продаж страховых продуктов.

25. Бенчмаркинг как технология изучения и применения комплексных страховых решений.

26. Мерчандайзинг как направление продвижения страховых услуг. Продажа страховых продуктов сетевым методом.

27. Интернет-маркетинг в страховом предпринимательстве.

28. Брендинг как процесс комплексного управления страховыми услугами.

29. Сущность и принципы управления продажами страховых услуг.

30. Последовательные этапы сбыта страховых услуг.

31. Характеристика целевых клиентских сегментов.

32. Особенности процесса размещения страховых услуг различным категориям потребителей.

33. Организация партнерского размещения страховых услуг

Перечень вопросов для **комплексного дифференцированного зачета по МДК 02.03. Анализ продаж страховых продуктов, УП 02 Анализ страхового рынка и эффективности продаж (по отраслям):**

1. Роль и место розничных продаж в страховой компании.
2. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж.
3. Организационная структура розничных продаж страховой компании.
4. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж.
5. Классификация каналов розничных продаж в страховании.
6. Прямые и посреднические каналы продаж.
7. Классификация технологий продаж в розничном страховании.
8. Каналы розничных продаж в страховой компании.
9. Анализ развития каналов продаж на различных страховых рынках.
10. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании.
11. Организационная структура страховой компании.
12. Разработка миссии и видения страховой компании.
13. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.
14. Финансовый маркетинг в страховании.
15. Формирование финансовой стратегии страховщика.
16. Финансовое планирование в страховании.
17. Финансовый анализ и система ключевых финансовых показателей.
18. Бюджетирование страховой организации.
19. Основные понятия и содержание анализа продаж в области страхования.
20. Анализ заключённых договоров страхования и анализ показателей продаж.
21. Анализ эффективности организационных структур розничных продаж страховой компании.
22. Анализ эффективности каналов продаж в страховой компании.
23. Оценка влияния финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации. Качественные показатели эффективности каналов продаж.

Ситуации для **экзамена** по МДК 02.02. Организация продаж страховых продуктов

1. Рассчитайте структуру страховых премий для страховой компании. Сделайте выводы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды страхования | Начисленная  премия, тыс. руб. | Структура, % |
| Прямое страхование | 129 856 827 |  |
| 1.Добровольное страхование – итого | 75 806 181 |  |
| в том числе: |  |  |
| - страхование жизни | 9 989 |  |
| - личное страхование (кроме страхования жизни) | 19 738 131 |  |
| - имущественное | 53 628 898 |  |
| - ответственности | 2 429 163 |  |
| 2.Обязательное страхование - всего | 54 050 646 |  |
| В том числе: |  |  |
| Обязательное страхование автогражданской ответственности | 52 714 839 |  |
| Принятое перестрахование | 1 431 896 |  |
| ИТОГО (прямое + принятое) |  |  |

2. Определите план продаж в месяц/год и составьте стратегический план по каналам продажа на 5 лет с учетом ежегодного увеличения продаж на 10%.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид страхования | Количество продаж  в месяц | Средняя цена  договора страхования, тыс. руб. | План продаж  в месяц/год |
| Корпоративные продажи | 35 | 50 |  |
| Личные продажи | 45 | 30 |  |
| ВСЕГО | | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид страхование | Отчетный год, тыс. руб. | 1 год, тыс. руб. | 2 год, тыс. руб. | 3 год,  тыс. руб. | 4 год,  тыс. руб. | 5 год, тыс. руб. |
| Корпоративные продажи |  |  |  |  |  |  |
| Личные продажи |  |  |  |  |  |  |

3. Составьте оперативный план продаж страхового агента на квартал с учетом данных прошлого периода и того, что продажи имущественного страхования должны увеличится на 20%, личного страхования на 15%.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид страхования | Данные прошлого периода | | | План будущего периода | | |
| Количество продаж в квартал | Средняя цена договора страхования, тыс руб | Суммы продаж в квартал | Количество продаж в квартал | Средняя цена договора страхования, тыс руб | Суммы продаж в квартал |
| Имущественное страхование | 25 | 250 |  |  |  |  |
| Личное страхование | 29 | 55 |  |  |  |  |
| ВСЕГО | | |  |  |  |  |

Ситуации для **комплексного дифференцированного зачета** по МДК 02.03. Анализ продаж страховых продуктов,УП 02 Анализ страхового рынка и эффективности продаж (по отраслям):

1. Проанализируйте основные показатели страхового рынка. Сделайте выводы.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2022 год | | 2023 год | | Темп роста 2023г./2022г. |
| Страховые взносы по прямому страхованию и сострахованию, млрд. руб. | 1113,8 |  | 939,7 |  |  |
| В том числе  -по добровольным видам страхования, млрд. руб. | 518 |  | 413,8 |  |  |
| -по обязательным видам страхования, млрд. руб. | 595,8 |  | 525,9 |  |  |

2. Проанализируйте финансовые показатели деятельности страховых организаций. Сделайте выводы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование страховой организации | Нераспределённая прибыль  (непокрытый убыток) | | Темп роста прибыли (убытка),% | Темп прироста прибыли  (убытка),% |
| Госстрах | 21667,0 | 21227,1 |  |  |
| Эксимигрант | 11533,1 | 11815,1 |  |  |
| НПО | 8961,6 | 8824,1 |  |  |

3. Определите показатели рентабельности и оцените их, разработайте предложения.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Прошлый год | Отчётный год |
| 1.Валовая прибыль, млн. руб. | 3 | 7 |
| 2.Полная себестоимость реализованной продукции ,млн. руб. | 5 | 12 |
| 3.Прибыль от реализации продукции, работ и услуг, млн. руб. | 2 | 5 |
| 4.Выручка от реализации продукции, работ и услуг, млн. руб. | 4 | 10 |
| 5.Валовая продукция, млн. руб. | 6 | 15 |

**Материалы промежуточного контроля**

поПМ02Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов

Министерство образования Вологодской области

БПОУ ВО «Вологодский аграрно-экономический колледж»

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДАЮ |
| Директор |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Климина |
| «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_ г. |

**О П И С Ь**

**вариантов дифференцированного зачета**

**МДК.02.01 Маркетинг страховых услуг**

**профессионального модуля ПМ 02 Изучение страхового рынка**

**и организация продаж страховых продуктов**

**по специальности**

**38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Разработано** | **Рассмотрено** |
| Преподаватель,  к.э.н., доцент  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Э. Сорокина  «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202 \_ г. | на заседании методической комиссии  экономических и технологических дисциплин  Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202 \_ г.  Председатель методической  комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Б. Литвинова |

Вологда

2024

**ПРИМЕР**

**Вариант 1.**

1. Объект и субъекты страхового маркетинга. Цели и задачи страхового маркетинга.
2. Концепции маркетинга. Особенности использования концепции маркетинга в страховых организациях.
3. Практическое задание. Разработайте рекламную поддержку функционирующей точки продаж. Подготовьте презентацию «Рекламная поддержка точки розничных продаж страховых продуктов».

Преподаватель:

**Методика проведения дифференцированного зачета**

Дифференцированный зачет проводится за счет объема времени, отводимого на изучение дисциплины. Форма проведения – письменная.

Количество вариантов дифференцированного зачета – 6. Каждый вариант содержится пять вопросов.

На выполнение задания по варианту обучающемуся отводится не более 1 академического часа.

Во время дифференцированного зачёта допускается использование наглядных пособий, материалов справочного характера, нормативных документов и других материалов, перечень которых заранее регламентируется.

**Критерии оценивания дифференцированного зачета**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | | Характеристика критерия |
| 5 | «отлично» | Вопросы раскрыты полно, в логической последовательности, указаны примеры, ситуация решена с обоснованием |
| 4 | «хорошо» | Вопросы раскрыты полно, в логической последовательности, отсутствуют примеры, ситуация решена без пояснений |
| 3 | «удовлетворительно» | Вопросы раскрыты поверхностно, без глубокой проработки, ситуация не решена |
| 2 | «неудовлетворительно» | Вопросы не раскрыты |

Министерство образования Вологодской области

БПОУ ВО «Вологодский аграрно-экономический колледж»

|  |
| --- |
| **УТВЕРЖДАЮ** |
| Директор колледжа |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.А. Климина |
| «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_ г. |

**Опись**

**экзаменационных билетов к экзамену**

**по МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов**

**профессионального модуля ПМ 02 Изучение страхового рынка**

**и организация продаж страховых продуктов**

**по специальности**

**38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Разработано:** | **Рассмотрено:** |
| Преподаватель  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_ г. | На заседании методической комиссии экономических и технологических дисциплин  Протокол №\_\_\_\_\_\_\_  от «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202 г.  Председатель методической комиссии  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.Б. Литвинова  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202 г. |

Вологда

2024

**ПРИМЕР**

**БИЛЕТ №1**

* 1. Бизнес-процессы в страховом предпринимательстве.
  2. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании.
  3. Страховая компания обладает следующей инфраструктурой каналов продаж страховых услуг:

- страховые агенты – 500 чел.;

- страховые брокеры – 10 договоров;

- стационарные офисы – 20 офисов;

- мобильные офисы – 25 офисов.

В среднем один агент приносит 50 тыс. руб. страховой премии ежемесячно (комиссия 15%), один брокер приносит 400 тыс. руб. (комиссия 15%), один стационарный офис приносит 500 тыс. руб. (комиссия 0%), а один мобильный офис – 300 тыс. руб. (комиссия 18%). Оцените объем сборов страховой премии и комиссионные расходы за год и эффективность работы каналов.

Преподаватель:

**Методика проведения экзамена**

Экзамен проводится в период, установленный графиком учебного процесса. Экзамен проводится в специально подготовленных аудиториях. Экзамен проводится в устной форме. На сдачу устного экзамена предусматривается не более одной трети академического часа на каждого обучающегося.

В билете экзамена содержатся три вопроса: два вопроса носят теоретический характер и отражают содержание МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов профессионального модуля ПМ 02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов, третий вопрос – практического содержания (профессиональная задача, ситуация).

После ответа на вопрос экзаменационного билета экзаменуемому могут быть предложены дополнительные вопросы с целью конкретизации и углубления учебного материала, вынесенного на экзамен.

Во время экзамена допускается использование наглядных пособий, материалов справочного характера, нормативных документов и других материалов, перечень которых заранее регламентируется.

**Критерии оценивания экзамена**

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка «отлично» | ставится обучающемуся, ответ которого содержит глубокое знание программного материала, а также свидетельствует о способности самостоятельно критически оценивать основные положения курса, увязывать теорию с практикой. |
| Оценка «хорошо» | ставится обучающемуся, ответ которого свидетельствует о полном знании материала по программе, а также содержит в целом правильное, но не всегда точное и аргументированное изложение материала. |
| Оценка «удовлетворительно» | ставится обучающемуся, ответ которого содержит поверхностные знания важнейших разделов программы, затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса. |
| Оценки «неудовлетворительно» | ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала. |

Министерство образования Вологодской области

БПОУ ВО «Вологодский аграрно-экономический колледж»

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДАЮ |
| Директор |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Климина |
| «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_ г. |

**О П И С Ь**

**вариантов комплексного дифференцированного зачета**

**по МДК.02.03 Анализ продаж страховых продуктов,**

**УП 02 Анализ страхового рынка и эффективности продаж (по отраслям)**

**ПМ 02 Изучение страхового рынка**

**и организация продаж страховых продуктов**

**по специальности**

**38.02.02 Страховое дело (по отраслям)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Разработано** | **Рассмотрено** |
| Преподаватель,  к.э.н., доцент  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Э. Сорокина  «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202 \_ г. | на заседании методической комиссии  экономических и технологических дисциплин  Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202 \_ г.  Председатель методической  комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Б. Литвинова |

Вологда

2024

**ПРИМЕР**

**Вариант 1.**

* 1. Методика и оценка результатов страхового предпринимательства.
  2. Модели ценообразования на страховые продукты.
  3. Используя данные о страховых продуктах по автострахованию ПАО «Росгосстрах» и СПАО «РЕСО-Гарантия», разработайте собственную программу страхования для страхователя. Данные о страхователе:

3.1. Возраст владельца авто – 40 лет.

3.2. Возраст автомобиля – 8 лет.

3.3. Количество страховых случаев за год – 1.

3.4. Автомобиль отечественного производства с «левым рулем».

**Методика проведения комплексного дифференцированного зачета**

Комплексный дифференцированный зачет МДК.02.03 Анализ продаж страховых продуктов, УП 02 Анализ страхового рынка и эффективности продаж (по отраслям) ПМ 02 Изучение страхового рынка и организация продаж страховых продуктов по специальности 38.02.02 Страховое дело (по отраслям) – форма промежуточной аттестации. Проводится за счет объема времени, отводимого на изучение дисциплин. Комплексный дифференцированный зачет проводится в устной форме. На сдачу комплексного дифференцированного зачета в устной форме предусматривается не более половины академического часа на каждого обучающегося.

В варианте комплексного дифференцированного зачета содержатся три вопроса: два вопроса носят теоретический характер и отражают содержание МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов, УП 02 Анализ страхового рынка и эффективности продаж (по отраслям), выносимого на комплексный дифференцированный зачет, третий вопрос – практического содержания (профессиональная задача, ситуация). После ответа на вопросы варианта обучающемуся могут быть предложены дополнительные вопросы с целью конкретизации и углубления учебного материала.

**Критерии оценивания комплексного дифференцированного зачета**

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка «отлично» | ставится обучающемуся, ответ которого содержит глубокое знание программного материала, а также свидетельствует о способности самостоятельно критически оценивать основные положения курса, увязывать теорию с практикой. |
| Оценка «хорошо» | ставится обучающемуся, ответ которого свидетельствует о полном знании материала по программе, а также содержит в целом правильное, но не всегда точное и аргументированное изложение материала. |
| Оценка «удовлетворительно» | ставится обучающемуся, ответ которого содержит поверхностные знания важнейших разделов программы, затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса. |
| Оценки «неудовлетворительно» | ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала. |