АННОТАЦИЯ

К РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 01 «РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ В СТРАХОВАНИИ»

1. Область применения рабочей учебной программы

Рабочая учебная программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

реализация различных технологий розничных продаж в страховании и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Реализовывать технологии агентских продаж.
2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.
3. Реализовывать технологии банковских продаж.
4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.
5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.
6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.
7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.
8. Реализовывать технологии телефонных продаж.
9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.
10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании.

2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- реализации различных технологий розничных продаж в страховании;

уметь:

- рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;
- разрабатывать агентский план продаж; проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов;
- разрабатывать системы стимулирования агентов;
- рассчитывать комиссионное вознаграждение;
- осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;
- создавать базы по данным с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;

- проводить переговоры по развитию банковского страхования;
 - выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;
 - обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую;
 - разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками;
 - оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества;
 - составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
 - проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж;
 - выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;
 - осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку;
 - реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;
 - подготавливать письменное обращение к клиенту;
 - вести телефонные переговоры с клиентами;
 - осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
 - организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
 - осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
 - организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;
 - обновлять данные и технологии интернет-магазинов;
 - контролировать эффективность использования интернет-магазина;
- знать:**
- способы планирования развития агентской сети в страховой компании;
 - порядок расчета производительности агентов;
 - этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными;
 - понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;
 - принципы управления агентской сетью и планирование деятельности агента;
 - модели выплаты комиссионного вознаграждения; способы привлечения брокеров;
 - нормативную базу страховой компании по работе с брокерами;
 - понятие банковского страхования;
 - формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперацию, финансовый супермаркет;
 - сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;

- порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников;
- теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- маркетинговый анализ открытия точки продаж; научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;
- содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;
- модели реализации технологии директ-маркетинга: собственную и аутсорсинговую;
- теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
- способы создания системы обратной связи с клиентом;
- психологию и этику телефонных переговоров; предназначение, состав и организация работы, ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании;
- особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;
- продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам; аутсорсинг контакт-центра; способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж;
- принципы создания организационной структуры персональных продаж;
- теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги;
- факторы роста интернет-продаж в страховании;
- интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж;
- требования к страховым интернет-продуктам; принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем

3. Наименование разделов и тем рабочей учебной программы профессионального модуля:

- Раздел 1. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)
 - Тема 1.1 Производительность и эффективность работы страховых агентов
 - Тема 1.2 Агентский план продаж
 - Тема 1.3 Первичное обучение и методическое сопровождение новых агентов
 - Тема 1.4 Разработка системы стимулирование агентов. Порядок расчета комиссионного вознаграждения
 - Тема 1.5 Порядок поиска страховых брокеров и финансовых консультантов и организация продажи через них

- Раздел 2. Прямые продажи страховых продуктов
- Тема 2.1 Порядок создания и работа с базами данных по банкам, проведение переговоров по развитию банковского страхования
- Тема 2.2 Выбор сочетающихся между собой страховых и банковских продуктов
- Тема 2.3 Разработка и реализация программы по работе с сетевыми посредниками
- Тема 2.4 Проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж
- Тема 2.5 Продажа полисов на рабочих местах и их поддержка
- Тема 2.6 Реализация технологий директ-маркетинга и оценка ее эффективности
- Тема 2.7 Телефонные продажи страховых продуктов
- Тема 2.8 Персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования
- Раздел 3. Интернет - продажи страховых полисов
- Тема 1.1 Коммуникации в интернет – продажах
- Тема 1.2 Стимулирование интернет – продаж
- Тема 1.3 Составляющие интернет - магазинов

4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

всего – 332 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 296 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 198 часов,

в том числе:

- практические занятия 102 часа;
- консультации – 18 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 80 часов;
- производственная практика – 36 часов.

5. Форма контроля: экзамен квалификационный.

6. Имеются особенности реализации рабочей учебной программы для студентов - инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

7. Разработчик: Абраменко В.И., преподаватель ТТЖТ – филиал РГУПС