Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра банковского дела и страхования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.5.2 Планирование и продажи страховых продуктов»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.01 Экономика
(код и наименование направления подготовки)

Финансы и кредит
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора 2022

Рабочая программа дисциплины *«Б1.Д.В.Э.5.2 Планирование и продажи страховых продуктов»* рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра банковского дела и страхования
наименование кафедры

протокол № 17 от «10» 04 2022 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра банковского дела и страхования _____ Ж.А. Ермакова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент _____ И.А. Резник
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.01 Экономика _____ А.В. Волокитс
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Бигалиева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Н.А. Тычинина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Резник И.А., 2022
© ОГУ, 2022

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Сформировать у студентов целостное представление о содержании планирования и продажи страховых продуктов, обучить студентов осуществлять оперативное планирование продаж, применять различные технологии продаж в страховании.

Задачи:

- изучение специфики планирования и продажи страховых продуктов, основ, принципов, методов, функций маркетинга;
- определение специфики страхового продукта, отличие его от материального товара;
- рассмотрение основных этапов планирования и продажи страховых продуктов;
- изучение различных технологий продаж страховых продуктов.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.19 Деньги, кредит, банки, Б1.Д.Б.21 Маркетинг, Б1.Д.В.3 Страховое дело*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-12 Способен на основе изучения спроса и предложения страховых продуктов определять и осуществлять направления взаимодействия с потребителями страховых услуг	ПК*-12-В-1 Применяет знания теории страхования и рисков, методов исследования и изучения спроса и предложения на страховые продукты	**Знать:** страховое законодательство Российской Федерации; стандарты саморегулируемой организации в сфере финансового рынка; методы статистического исследования с целью изучению спроса и предложения на виды страхования **Уметь:** рассчитывать уровень рисков, влияющий на вероятность наступления страховых событий; анализировать страховые продукты; оценивать спрос на страховые услуги, применяя различные методы исследования **Владеть:** навыками анализа страховых рисков; распределения рисков по объектам с учетом вероятности наступления страхового события; навыками подготовки предложений по улучшению и расширению перечня страховых продуктов
	ПК*-12-В-2 Анализирует экономические условия и риски для осуществления взаимодействия с	**Знать:** общие принципы оценки страховых рисков; основные приемы исследования рынка (сегментация) потенциальных клиентов

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	потребителями страховых продуктов, сегментирует потенциальных потребителей	**Уметь:** пользоваться статистическими данными для расчета страховых рисков при актуарных расчетах; осуществлять взаимодействие с потребителями страховых продуктов **Владеть:** навыками анализа предложений и условий страховых продуктов на рынке потребителей страховых услуг и способах взаимодействия
	ПК*-12-В-3 Систематизирует информацию о поставщиках страховых продуктов, имеющихся технологиях и программах страхования, изучает платежеспособный спрос на страховую защиту и осуществляет взаимодействие с потребителями	**Знать:** Законодательство Российской Федерации в сферах защиты прав потребителей; теорию и практику страхования, маркетинг в страховании **Уметь:** формировать данные о поставщиках и перечне страховых продуктов, применяемых технологий и программ страхования; разрабатывать предложения по оценке страховых рисков; оценивать эффективность страховых продуктов **Владеть:** навыками анализа о поставщиках страховых продуктов, действующих условий страхования и технологий; навыками изучения платежеспособного спроса на страховую защиту; навыками формирования предложений и оценки возможностей страховой организации в удовлетворении потребностей в страховых продуктах потенциальных потребителей

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**29,25**	**29,25**
Лекции (Л)	14	14
Практические занятия (ПЗ)	14	14
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);*	**114,75**	**114,75**

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю.*		
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Специфика страхового продукта в планировании и продвижении	29	4	4		21
2	Изучение рынка страховых услуг	29	4	4		21
3	Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения страховых продуктов	25	2	2		21
4	Ценообразование в комплексе страхового маркетинга	31	2	2		27
5	Продвижение страховых продуктов	30	2	2		26
	Итого:	144	14	14		116
	Всего:	144	14	14		116

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Специфика страхового продукта в планировании и продвижении.

Понятие страхового маркетинга. Особенности страхового маркетинга. Цели страховой деятельности и цели маркетинга. Специфика страхового продукта. Основные функции страхового маркетинга. Тенденции развития страхового маркетинга. Внедрение маркетинга в страховую деятельность.

Раздел 2 Изучение рынка страховых услуг.

Сегментация рынка страховых продуктов. Маркетинговые исследования. Источники информации. Сбор данных через опрос, анкетирование, наблюдение, эксперимент. Сегментация. Критерии сегментации. Деление рынка по группам потребителей. Географическая, демографическая, поведенческая и другие виды сегментации. Понятие сегмента, ниши на рынке.

Страховой маркетинг по видам страховых продуктов. Возможности внедрения страховыми компаниями новых видов услуг. Методы обоснования и интеграции перспективных направлений деятельности банка. Опыт прогрессивных страховых услуг зарубежных стран. Использование зарубежного опыта в российской практике. Особенности внедрения новых страховых услуг: проблемы и успехи. Основные виды маркетинга. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Маркетинг, ориентированный на определенную группу. Маркетинг-микс.

Характеристика маркетинга в зависимости от спроса: конверсионный; стимулирующий; развивающий; ремаркетинг; синхромаркетинг; поддерживающий; демаркетинг.

Раздел 3 Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения страховых продуктов

Понятие стратегического планирования. Факторы, влияющие на стратегию банка. Цели стратегического планирования. Процесс стратегического планирования. Определение задач банка. Создание подразделений банка. Ситуационный анализ. Разработка стратегии продвижения. Тактика маркетинга. Оценка результатов. Качественные и количественные показатели деятельности банка, страховой компании. Методика разработки стратегического плана. Виды стратегических планов: бизнес-план, концепция, миссия, рабочий план и бюджеты подразделений. Стратегии продвижения страховых продуктов. Банкострахование.

Раздел 4 Ценообразование в комплексе страхового маркетинга

Понятие цены страховых продуктов. Особенности ценовой политики. Инструменты ценовой политики. Разделение цен. Уравновешивающее ценообразование. Тарифы.

Раздел 5 Продвижение страховых продуктов.

Понятие о продвижении страховых продуктов. Коммуникативная политика. Инструменты коммуникативной политики. Личная продажа. Реклама. Стимулирование сбыта. Связь с общественностью. ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта).Реклама. Положительные и отрицательные стороны рекламы. Разработка плана рекламы. Прямой маркетинг. Альтернативные способы продвижения страховых продуктов: Интернет-реклама.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Специфика страхового продукта в планировании и продвижении	4
3,4	2	Изучение рынка страховых услуг	4
5	3	Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения страховых продуктов	2
6	4	Ценообразование в комплексе страхового маркетинга	2
7	5	Продвижение страховых продуктов	2
		Итого:	14

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Журавлев, П. В. Основы страхового менеджмента [Текст] : учеб.пособие по направлению "Экономика" и экон. специальностям / П. В. Журавлев, С. А. Банников, В. В. Владимиров; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова; Моск. акад. предпринимательства при Правительстве г. Москвы. - М. : Экономика, 2007. - 404 с. - (Высшее образование). - Прил.: с. 394-401. - Библиогр.: с. 402-404. - ISBN 978-5-282-02734-1.

2. Годин А.М. Страхование: учебник [Электронный ресурс] / Годин А.М., Фрумина С.В.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018.-256 с.- ISBN 978-5-394-02148-0.- Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/414879

5.2 Дополнительная литература

1. Владимиров, В. В. Теория страхования [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Владимиров, А. Б. Плужник, М. В. Полякова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер.

агентство по образованию; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ГОУ ОГУ, 2010. - 422 с. - Библиогр.: с. 395-401. - Прил.: с. 402-422. - ISBN 978-5-7410-1017-4.

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2022.
2. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2022.
3. Страховое дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2022.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
2. Информационный портал - http://www.banki.ru
3. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)
3. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2022]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2022]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- Компьютерный класс
- Библиотечный фонд университета
- Интернет-классы университета

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, для практических занятий, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.