

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.04.2021 15:34:29  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Майкопский государственный технологический университет»**

**Политехнический колледж**

**Предметная (цикловая) комиссия экономики и управления, сервиса и туризма**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зам. директора по учебно-методической  
работе   
Ф.А. Топольян  
« 28 » 08 2020 г.



**Фонд оценочных средств**

**измерения уровня освоения студентами**

**профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов»:**

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

**специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)**

Одобрено предметной (цикловой комиссией) экономики и управления, сервиса и туризма

Председатель цикловой комиссии

 С.К. Шишхова

Протокол № 10 от 15.06 2020 г.

Составлено на основе ФГОС СПО и учебного плана МГТУ по специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Зам. директора по учебно-методической работе

 Ф.А. Топольян

«28» 08 2020г.

Разработчики:

Д.Х. Мугу



- преподаватель первой категории  
политехнического колледжа МГТУ

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям) профессионального модуля ПМ.02 «Организация продаж страховых продуктов».

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме устного опроса, тестирования и **промежуточной аттестации** в форме дифференцированных зачета и экзамена.

### 1.1 Перечень формируемых компетенций

Изучение МДК направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции	Компонентный состав компетенций (номера из перечня)	
		Знает:	Умеет:
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1,2,3,6	1,2,5,9
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	1,4,5,10,12,25	3,5,7,9
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	1,4,6,13	1,2,3,9
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	1,2,3,4,5,6	5,6,9,12,16
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	6,10,12	4,8,11
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	8,9,12,16	4,5,6,8
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	5,11,12,17	8,10,13
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	6,7,10,15,16	1,2,11,17
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	4,5,6,24,27	2,5,9,12,15
ПК 2.1	осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных про-	3,13,14,24	5,6,7,8

	даж		
ПК 2.2	Организовывать розничные продажи	2,6,7,8,21	9,11,12,13
ПК 2.3	Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании	3,4,9,10,16,17	9,10,14,15,17
ПК 2.4	Анализировать эффективность каждого канала продаж страхового продукта	20,21,22,24,25,26,28	11,12,13,14,17

### **Перечень требуемого компонентного состава компетенций**

В результате освоения профессионального модуля студенты должны:

#### **Знать:**

- 1) роль и место розничных продаж в страховой компании;
- 2) содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж;
- 3) принципы планирования реализации страховых продуктов;
- 4) нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж;
- 5) принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж;
- 6) методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития;
- 7) место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании;
- 8) маркетинговые основы розничных продаж;
- 9) методы определения целевых клиентских сегментов;
- 10) основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж;
- 11) порядок формирования ценовой стратегии;
- 12) теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов;
- 13) виды и формы плана продаж;
- 14) взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж;
- 15) методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование;
- 16) организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, каналную, продуктовую, смешанную;
- 17) слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;
- 18) модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности;
- 19) классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж;
- 20) каналы розничных продаж в страховой компании;
- 21) факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж;
- 22) способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках;
- 23) соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж;
- 24) основные показатели эффективности продаж;
- 25) порядок определения доходов и прибыли каналов продаж;
- 26) зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж;
- 27) коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом;
- 28) качественные показатели эффективности каналов продаж.

#### **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 продаж;
- 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.

### Этапы формирования компетенций

№ раздела	Раздел / тема дисциплины	Виды работ		код компетенции	Конкретизация компетенций (знания, умения, практический опыт)
		аудиторная	СРС		
<b>МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)</b>					
1.	Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.	Лекция Практическое занятие	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендованной литературы. Реферат	ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1	<b>Уметь:</b> составлять стратегический план продаж страховых продуктов; составлять оперативный план продаж; рассчитывать бюджет продаж; контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения; <b>Знать:</b> роль и место розничных продаж в страховой компании; содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж; принципы планирования реализации страховых продуктов; нормативную базу страховой компании по планированию в сфере продаж
2.	Маркетинговые основы рознич-	Лекция Практиче-	Работа с конспектом	ОК 1-9, ПК 2.2-2.4,	<b>Уметь:</b> применять маркетинговые подходы в формировании

	ных продаж	ское занятие	лекций. Изучение рекомендо- ванной ли- тературы. Реферат	ПК 3.1	<p>клиентоориентированной модели розничных продаж; формировать стратегию разработки страховых продуктов; составлять стратегический план продаж страховых продуктов; составлять оперативный план продаж; рассчитывать бюджет продаж;</p> <p><b>Знать:</b> методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития; место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании; маркетинговые основы розничных продаж; методы определения целевых клиентских сегментов; основы формирования продуктовой стратегии т стратегии развития каналов продаж; порядок формирования ценовой стратегии</p>
3.	Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках	Лекция Практическое занятие	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендо- ванной ли- тературы. Реферат	<p>ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1</p>	<p><b>Уметь:</b> анализировать основные показатели страхового рынка; выявлять перспективы развития страхового рынка; применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж; формировать стратегию разработки страховых продуктов;</p> <p><b>Знать:</b> принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж; методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития; место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании; маркетинговые основы розничных продаж; методы определения целевых клиентских сегментов; основы формирования продуктовой стратегии т стратегии развития каналов продаж; порядок формирования ценовой стратегии; теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов; виды и формы плана продаж; взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж; методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное</p>

					планирование; организационную структуру розничных продаж страховой компании: видовую, каналную, продуктовую, смешанную; слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж
4.	Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж	Лекция Практическое занятие	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендованной литературы. Реферат	ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1	<b>Уметь:</b> определять величину доходов и прибыли канала продаж; оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика; проводить анализ качества каналов продаж; <b>Знать:</b> соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж; основные показатели эффективности продаж; порядок определения доходов и прибыли каналов продаж; зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж; коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом
5.	Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом	Лекция Практическое занятие	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендованной литературы. Реферат	ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1	<b>Уметь:</b> выбирать наилучшую в данных условиях организационную структуру розничных продаж; проводить анализ эффективности организационных структур продаж; организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж; определять перспективные каналы продаж; анализировать эффективность каждого канала; определять величину доходов и прибыли канала продаж; оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; <b>Знать:</b> модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности; классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж; каналы розничных продаж в страховой компании;

					факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж; способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках
6.	Качественные показатели эффективности каналов продаж	Лекция Практическое занятие	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендованной литературы.	ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1	<b>Уметь:</b> проводить анализ эффективности организационных структур продаж; организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж; определять перспективные каналы продаж; анализировать эффективность каждого канала; . определять величину доходов и прибыли канала продаж; оценивать влияние финансового результата канала продаж на итоговый результат страховой организации; рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика; проводить анализ качества каналов продаж; <b>Знать:</b> соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж; основные показатели эффективности продаж; порядок определения доходов и прибыли каналов продаж; зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж; коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом

## 2. Показатели, критерии оценки компетенций

### 2.1 Структура фонда оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	контролируемые разделы / тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)</b>				
1.	Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля, обсуждение рефератов	Работа с основной и дополнительной литературой

2.	Маркетинговые основы розничных продаж	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля, обсуждение рефератов	Работа с основной и дополнительной литературой
3.	Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля, обсуждение рефератов	Работа с основной и дополнительной литературой
4.	Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля, обсуждение рефератов	Работа с основной и дополнительной литературой
5.	Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля, обсуждение рефератов	Работа с основной и дополнительной литературой
6.	Качественные показатели эффективности каналов продаж	ОК 1-9 ПК 2.2-2.4 ПК 3.1	Вопросы для текущего контроля	Работа с основной и дополнительной литературой

#### Типовые критерии оценки сформированности компетенций

Оценка	Балл	Обобщенная оценка компетенции
«Отлично»	5 баллов	Обучающийся освоил 90-100% оцениваемой компетенции, умеет связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа.
«Хорошо»	4 балла	Обучающийся освоил 70-80% оцениваемой компетенции, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно-правовой документацией.
«Удовлетворительно»	3 балла	Обучающийся освоил 60-69% оцениваемой компетенции, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.
«Неудовлетворительно»	2 балла	Обучающийся не овладел оцениваемой компетенцией, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно.

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы необходимые для оценки знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

#### **3.1 Вопросы для устного опроса**

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

1. Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Анализ причин невыполнения плана продаж.
  - Анализ отказов от перезаключения и продления договоров страхования.
  - Анализ страховых операций и рентабельности.
  - Анализ расходов страховщика.
  - Анализ себестоимости страховых операций
2. Маркетинговые основы розничных продаж (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Маркетинговые исследования под новый и действующий страховой продукт.
  - Маркетинг страховщика.
  - Сегментация страхового рынка.
  - Моделирование и прогнозирование ситуаций поведения страхователей.
  - Конкуренция и конкурентоспособность СК.
3. Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Информационная база для анализа страховых операций.
  - Приемы финансового анализа.
  - Обобщающие показатели анализа страховых операций.
  - Доходы от страховой и инвестиционной деятельности.
4. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Расширение ассортимента страховых услуг – элемент конкуренции.
  - Анализ страховых операций и рентабельности.
5. Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Анализ сбалансированности, структуры, однородности страхового портфеля.
6. Качественные показатели эффективности каналов продаж (ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1):
  - Финансовый результат деятельности страховщиков, его экономическая природа.
  - Оценка убыточности страховых операций.
  - Оценка финансовой устойчивости страховых операций.

## 3.2 Темы самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Осваиваемые компетенции	Объем в часах
<b>МДК.02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям)</b>				
1	Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.	Работа с конспектом лекции. Изучение рекомендованной литературы. Написание реферата на тему: «Розничные продажи в страховой компании», «Планирование продаж страховых продуктов в страховой компании». Рассмотрение самостоятельно вопросов: «Роль ключевых показателей работы в управлении страховой компании».	ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1	5
2	Маркетинговые основы розничных продаж	Работа с конспектом лекции. Изучение рекомендованной литературы. Составление схемы «Этапы разработки «нового» страхового продукта». Написание реферата на тему: «Расширение ассортимента страховых услуг – элемент конкуренции». Рассмотрение самостоятельно вопросов: «Каналы продвижения экспресс-продуктов в России», «Корпоративные каналы продаж страховых продуктов».	ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1	6
3	Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках	Работа с конспектом лекции. Изучение рекомендованной литературы. Написание реферата на тему: «Определение динамики средней нагрузки на одного страхового агента». Рассмотрение самостоятельно вопросов: «Оценка эффективности страховых операций», «Определение динамики средних показателей по видам страхования».	ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1	6
4	Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж	Работа с конспектом лекции. Изучение рекомендованной литературы. Составление таблицы «Показатели рентабельности страховой деятельности (на примере СК)». Написание реферата на тему: «Показатели, характеризующие объем и эффективность инвестиционной деятельности». Рассмотрение самостоятельно вопросов: «Определение доходов страховой компании в зависимости от продаж страхового продукта», «Расчет показателей платежеспособности».	ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1	8
5	Коэффициенты рентабельности канала продаж	Работа с конспектом лекции. Изучение рекомендованной литературы.	ОК 1-,9; ПК 2.2-ПК 2.4,	5

	и вида страхования в целом	Составление схемы «Классификация каналов продаж». Написание реферата на тему: «Различные каналы продаж страховых продуктов». Рассмотрение самостоятельно вопросов: «Соглашение о назначении генерального страхового агента, содержание и порядок заключения».	ПК 3.1	
6	Качественные показатели эффективности каналов продаж	Работа с конспектом лекций. Изучение рекомендованной литературы. Расчет показателей убыточности страховой компании с использованием ресурса «internet». Составить сравнительную таблицу сильных и слабых сторон страхового рынка России. Подготовить реферат по теме: «Корпоративные каналы продаж страховых продуктов»	ОК 1-9; ПК 2.2-ПК 2.4, ПК 3.1	4
	<b>Итого</b>			<b>34</b>

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации  
Вопросы для подготовки к комплексному экзамену (ОК 1-9; ПК 2.2-2.4, ПК 3.1)  
по МДК.02.02 Анализ эффективности продаж (по отраслям)**

1. Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.
2. Анализ причин невыполнения плана продаж.
3. Анализ отказов от перезаключения и продления договоров страхования.
4. Анализ страховых операций и рентабельности.
5. Анализ расходов страховщика.
6. Анализ себестоимости страховых операций
7. Маркетинговые основы розничных продаж
8. Маркетинговые исследования под новый и действующий страховой продукт.
9. Маркетинг страховщика.
10. Сегментация страхового рынка.
11. Моделирование и прогнозирование ситуаций поведения страхователей.
12. Конкуренция и конкурентоспособность СК.
13. Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках.
14. Информационная база для анализа страховых операций.
15. Приемы финансового анализа.
16. Обобщающие показатели анализа страховых операций.
17. Доходы от страховой и инвестиционной деятельности.
18. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж.
19. Расширение ассортимента страховых услуг – элемент конкуренции.
20. Анализ страховых операций и рентабельности.
21. Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом.
22. Анализ сбалансированности, структуры, однородности страхового портфеля.
23. Качественные показатели эффективности каналов продаж.

24. Финансовый результат деятельности страховщиков, его экономическая природа.  
 25. Оценка убыточности страховых операций.  
 26. Оценка финансовой устойчивости страховых операций.

**Задание для тестированного контроля по МДК.02.02**

(ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1)

Тест по МДК.02.02 «Анализ эффективности продаж»

Верно ли утверждение?	ответ
Продажи не являются маркетинговой составляющей страхования	Да / нет
Жизненный цикл страховой услуги включает в себя разработку страхового продукта, его продажу и послепродажное обслуживание, в том числе урегулирование убытков	Да / нет
Андеррайтинг выполняет восемь функций	Да / нет
Управление продажами включает в себя планирование, организацию, мотивацию и контроль продаж	Да / нет
В российских условиях страховые премии составляют основную часть бюджета доходов	Да / нет
Основными видами планов страховой компании являются стратегический и образцовый	Да / нет
Общее число договоров, заключенных страховым обществом в течение определенного времени называется страховым портфелем	Да / нет
Отправной точкой управления продажами является их обсуждение	Да / нет
Существует два вида андеррайтинга: индивидуальный и стандартный	Да / нет
Виды и формы планов, методы планирования, нормативы и процедуры планирования составляют систему планирования продаж	Да / нет
Принцип анализа страхового портфеля заключается в определении следующих показателей: число убытков, сумма выплат, число заключенных договоров и др.	Да / нет
Между стратегическим и оперативным планами не существует никакой взаимосвязи	Да / нет
Одной из задач андеррайтинга является – определение перечня основных и дополнительных условий, включаемых в договор страхования	Да / нет
Для обеспечения роста объема премий, страховщикам нужно разработать новые виды автомобилей	Да / нет
ЦКС (целевые клиентские сегменты) являются потенциальными страхователями страховой компании	Да / нет
Управление продажами не включает в себя планирование, организацию, мотивацию и контроль продаж	Да / нет

Планирование является отправной точкой управления продажами	Да / нет
ЦКС (целевые клиентские сегменты) могут состоять только из юридических лиц	Да / нет
Важность андеррайтинга для страховой компании связана с тем, что это та деятельность, которая позволяет компании взять риск на страхование неубыточной ценой	Да / нет
Общее число договоров, заключенных страховым обществом в течение определенного времени называется страховым агентом	Да / нет
Стратегический план состоит из 5 разделов	Да / нет
Важная составляющая эффективной работы службы урегулирования убытков – это строгая регламентация и самозащита	Да / нет
Уровень выплат, убыточность страховой суммы, сумма собранных страховых взносов относятся к принципам анализа страхового портфеля	Да / нет
Стратегические планы продаж страховых услуг обычно планируются на 1 месяц	Да / нет
Стоимость страховой компании напрямую зависит от величины страховой премии и чистой прибыли	Да / нет
Для расчета плана продаж определяются количество продаж и самая высокая цена договора, произведение которых и представляет собой план продаж	Да / нет
Андеррайтинг в переводе с греческого означает «жизнь прекрасна»	Да / нет
Основной доход отечественных страховщиков составляет операционный результат как разность между полученными премиями и произведенными страховыми выплатами	Да / нет
Целью создания системы урегулирования убытков является увеличение сроков рассмотрения исков	Да / нет
Бизнес-процесс выполняет функции: методологическую, контрольную и практическую	Да / нет
К способам снижения убыточности относятся: 1. Сегментация клиентской базы-поиск низкоубыточных сегментов; 2. Конкуренция на уровне сервиса	Да / нет
Мотивом от отказа от покупки страховых услуг может быть плохое настроение или обида	Да / нет
Повысить рентабельность можно за счет снижения расходов на ведение дела: снижение управленческих расходов-централизация системы урегулирования убытков	Да / нет

Владельцы полисов ОСАГО не могут быть одновременно и владельцами полисов КАСКО	Да / нет
Мотивы отказа от покупки страховых услуг – отсутствие имущества, которое было бы важно застраховать, или недостаточность денежных средств на его оплату	Да / нет
Информация о фактах хозяйственной жизни является объектом бухгалтерского учета, а бухгалтерская отчетность является информационной базой для анализа деятельности застрахованного	Да / нет
Бухгалтерский баланс в первую очередь дает возможность проанализировать общее финансовое состояние страховщика, представляя данные о средствах и их источниках	Да / нет
Баланс страховой организации состоит из трех крупных блоков – актива, пассива, резервов	Да / нет
Актив баланса показывает во что вложены ресурсы и каково функциональное назначение приобретенных хозяйственных средств	Да / нет
С юридической точки зрения пассив баланса может трактоваться как сумма обязательств предприятия, поскольку он отражает отношения, возникающие в процессе привлечения средств	Да / нет
Источники средств и сами средства – абсолютно одинаковые категории и поэтому должны быть представлены в одном разделе баланса	Да / нет
Отчет о прибылях и убытках страховой организации предназначен для характеристики деятельности застрахованного	Да / нет
К обобщающим показателям анализа страховых операций относятся: объем полученных страховых премий, сумма произведенных страховых выплат, количество заключенных договоров, средний взнос на один договор	Да / нет
Информационной базой для анализа страховых операций служит успеваемость детей застрахованных	Да / нет
Сумма страховых взносов – это показатель количества действующих договоров и среднего взноса по видам страхования	Да / нет
Количество действующих договоров формируется под воздействием величины страхового поля и страхового портфеля, а средний взнос – под воздействием страхового тарифа и страховой суммы	Да / нет
Поступление страховых премий зависит от ряда факторов, как политического, так и нравственного характера	Да / нет
Доходом страховщика называется совокупная сумма денежных поступлений на его счета в результате осуществления им страховой и иной запрещенной законодательством деятельности	Да / нет

**Ответы на тесты для проверки остаточных знаний**

№ во-проса	ответ	№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ
1	нет	17	да	33	да
2	да	18	нет	34	нет
3	нет	19	да	35	да
4	да	20	нет	36	нет
5	да	21	да	37	да
6	нет	22	нет	38	нет
7	да	23	да	39	да
8	нет	24	нет	40	да
9	да	25	да	41	нет
10	да	26	нет	42	нет
11	да	27	нет	43	да
12	нет	28	да	44	нет
13	да	29	нет	45	да
14	нет	30	да	46	да
15	да	31	да	47	нет
16	нет	32	нет	48	нет

**Критерии оценки теста:**

Оценка уровня подготовки		
Балл (отметка)	Результат	
5	Отлично	более 89% правильных ответов
4	Хорошо	70%-89% правильных ответов
3	Удовлетворительно	51%-69% правильных ответов
2	Неудовлетворительно	менее 51% правильных ответов

**Вопросы для подготовки к экзамену по ПМ.02  
«Организация продаж страховых продуктов»  
(ОК 1-9, ПК 2.2-2.4, ПК 3.1)**

1. Роль и место розничных продаж в страховой компании.
2. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных продаж.
3. Принципы планирования реализации страховых продуктов.
4. Нормативная база страховой компании по планированию в сфере продаж.
5. Принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж.
6. Методы экспресс-анализа рынка розничного страхования и выявления перспектив его развития.
7. Место розничных продаж в структуре стратегического плана страховой компании.
8. Маркетинговые основы розничных продаж.
9. Методы определения целевых клиентских сегментов.

10. Основы формирования продуктовой стратегии и стратегии развития каналов продаж.
11. Порядок формирования ценовой стратегии.
12. Теоретические основы прогнозирования открытия точек продаж и роста количества продавцов.
13. Виды и формы плана продаж.
14. Взаимосвязь плана продаж и бюджета продаж.
15. Методы разработки плана и бюджета продаж: экстраполяцию, встречное планирование, директивное планирование.
16. Организационная структура розничных продаж страховой компании: видовая, каналная, продуктовая, смешанная.
17. Слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж.
18. Модели соотношения центральных и региональных продаж, анализ их эффективности.
19. Классификацию технологий продаж в розничном страховании по продукту, по уровню автоматизации, по отношению к договору страхования, по каналам продаж.
20. Каналы розничных продаж в страховой компании.
21. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж.
22. Способы анализа развития каналов продаж на различных страховых рынках.
23. Соотношение организационной структуры страховой компании и каналов продаж.
24. Основные показатели эффективности продаж.
25. Порядок определения доходов и прибыли каналов продаж.
26. Зависимость финансовых результатов страховой организации от эффективности каналов продаж.
27. Коэффициенты рентабельности канала продаж и вида страхования в целом.
28. Качественные показатели эффективности каналов продаж.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.**

##### **а. Критерии оценки знаний студентов на экзамене (дифференцированном зачете)**

Оценки "отлично" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценки "хорошо" заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "хорошо" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки "удовлетворительно" заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.