

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Цели и задачи учебной практики:

- приобретение обучающимися опыта практической работы;
- подготовка обучающихся к осознанному изучению обще профессиональных и специальных дисциплин, закрепление и совершенствование первоначальных практических профессиональных умений обучающихся;
- обучение трудовым приёмам, операциям и способам выполнения трудовых процессов, характерных для соответствующей профессии и необходимых для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной профессии:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать

повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.

ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.

ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.

ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.

ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.

ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.

ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.

ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.

ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.

ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании

ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.

ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.

ПК 2.3. Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.

ПК 3.1. Документально оформлять страховые операции.

ПК 3.2. Вести учет страховых договоров.

ПК 4.1. Консультировать клиентов по порядку действий при оформлении страхового случая.

ПК 4.2. Организовывать экспертизы, осмотр пострадавших объектов.

ПК 4.3. Подготавливать и направлять запросы в компетентные органы.

ПК 4.4. Принимать решения о выплате страхового возмещения, оформлять страховые акты.

ПК 4.5. Вести журналы убытков, в том числе в электронном виде,

составлять отчеты, статистику убытков.

ПК 4.6. Принимать меры по предупреждению страхового мошенничества.

Требования к результатам освоения учебной практики УП.01.01 Учебная практика.

В результате изучения учебной практики обучающийся 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 данных 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 систему;

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 планирования 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, кооперация, 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 организацию работы с базой данных клиентов, 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.

Требования к результатам освоения учебной практики УП.05.01 Учебная практика.

В результате изучения учебной практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

реализации различных технологий розничных продаж в страховании:

уметь:

анализировать основные показатели страхового рынка;

выявлять перспективы развития страхового рынка;

формировать стратегию разработки страховых продуктов;

составлять стратегический план продаж страховых продуктов;

составлять оперативный план продаж;

рассчитывать бюджет продаж;

контролировать исполнение плана продаж;

проводить анализ эффективности организационных структур продаж;

организовывать продажи страховых продуктов через различные каналы продаж;

определять величину доходов и прибыли каждого канала продаж;

рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика.

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 планирования 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, кооперация, 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 организацию работы с базой данных клиентов, 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.

Количество часов на освоение программы учебной практики:

в рамках освоения ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании - 72_ часа;

ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - 72 часа

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Цели и задачи производственной практики:

- комплексное освоение обучающимися видов профессиональной деятельности, заложенных в ФГОС СПО.

- закрепление и совершенствование приобретенного в процессе обучения опыта

практической деятельности обучающихся в сфере изучаемой профессии,

- развитие общих и профессиональных компетенций,

- освоение современных производственных процессов, технологий,

- адаптации обучающихся к конкретным условиям деятельности предприятий различных организационно-правовых форм;

- формирование соответствующих общих и профессиональных компетенций ФГОС СПО:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж.

ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами.

ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж.

ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж.

ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж.

ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах.

ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж.

ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж.

ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах.

ПК 1.10. Реализовывать технологии персональных продаж в розничном страховании

ПК 2.1. Осуществлять стратегическое и оперативное планирование розничных продаж.

ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.

ПК 2.3. Реализовывать различные технологии розничных продаж в страховании.

ПК 3.1. Документально оформлять страховые операции.

ПК 3.2. Вести учет страховых договоров.

ПК 4.1. Консультировать клиентов по порядку действий при оформлении страхового случая.

ПК 4.2. Организовывать экспертизы, осмотр пострадавших объектов.

ПК 4.3. Подготавливать и направлять запросы в компетентные органы.

ПК 4.4. Принимать решения о выплате страхового возмещения,

оформлять страховые акты.

ПК 4.5. Вести журналы убытков, в том числе в электронном виде, составлять отчеты, статистику убытков.

ПК 4.6. Принимать меры по предупреждению страхового мошенничества.

Требования к результатам освоения производственной практики ПП.02.01

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

организации продаж страховых продуктов;

уметь:

анализировать основные показатели страхового рынка;

выявлять перспективы развития страхового рынка;

применять маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж;

формировать стратегию разработки страховых продуктов;

составлять стратегический план продаж страховых продуктов;

составлять оперативный план продаж;

рассчитывать бюджет продаж;

контролировать исполнение плана продаж и принимать адекватные меры для его выполнения;

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;

рассчитывать коэффициенты рентабельности деятельности страховщика;
проводить анализ качества каналов продаж;

знать:

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;
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 и 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 планирование;
организационную структуру розничных продаж страховой компании:
видовую, каналную, продуктовую, смешанную;
слабые и сильные стороны различных организационных структур продаж;
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;

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;

качественные показатели эффективности каналов продаж.

Требования к результатам освоения производственной практики ПП.03.01

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

сопровождения договоров страхования;

уметь:

подготавливать типовые договоры страхования;

вести систему кодификации и нумерации договоров страхования;

согласовывать проекты договоров страхования с андеррайтерами и юристами;

осуществлять передачу полностью оформленных договоров страхования

продавцам для передачи клиентам;

осуществлять ввод данных "слепым" десятипальцевым методом с высокой скоростью печати;

использовать специализированное программное обеспечение для решения профессиональных задач;

осуществлять быстрый и точный ввод договоров в базу данных;

проверять существующую базу данных для исключения страхового мошенничества;

осуществлять хранение всех действующих договоров страхования в электронном и бумажном виде;

осуществлять передачу истекших договоров страхования для хранения в архив;

контролировать сроки действия договоров и напоминать продавцам о необходимости их перезаключения на новый срок;

выявлять причины отказа страхователя от перезаключения договора страхования;

вести страховую отчетность;

анализировать заключенные договоры страхования;

рассчитывать аналитические показатели продаж страховой компании;

на основе проведенного анализа предлагать решения по управлению убыточностью "на входе";

проводить анализ причин невыполнения плана продаж и качественный анализ отказов от перезаключения и продления договоров страхования;

знать:

типовые формы договоров страхования и страховых полисов;

систему кодификации и нумерации, порядок работы с общероссийскими классификаторами;

порядок согласования проектов договоров с андеррайтерами и юристами и порядок передачи договоров продавцам;

способы контроля за передачей договоров продавцами клиентам;

виды и специфику специализированного программного обеспечения;
способы учета договоров страхования;
учет поступлений страховых премий и выплат страхового возмещения;
порядок персонифицированного учета расчетов со страхователями
(лицевые счета страхователей в электронном и бумажном виде);
порядок контроля сроков действия договоров;
состав страховой отчетности;
порядок оформления страховой отчетности;
научные подходы к анализу заключенных договоров страхования;
порядок расчета и управления убыточностью, способы управления
убыточностью "на входе";
возможные причины невыполнения плана и способы стимулирования для
его выполнения;
возможные причины отказа страхователя от перезаключения и продления
договоров страхования.

Требования к результатам освоения производственной практики ПП.04.01

В результате прохождения производственной практики обучающийся
должен:

иметь практический опыт:

оформления и сопровождения страхового случая (оценка страхового
ущерба, урегулирование убытков);

уметь:

документально оформлять расчет и начисление страхового возмещения
(обеспечения);

вести журналы убытков страховой организации от наступления
страховых случаев, в том числе в электронном виде;

составлять внутренние отчеты по страховым случаям;

рассчитывать основные статистические показатели убытков;

готовить документы для направления их в компетентные органы;

осуществлять запрос из компетентных органов документов, содержащих факт, обстоятельства и последствия страхового случая;

быстро реагировать на новую информацию и принимать решения, исходя из нормативных правовых и иных регулирующих актов;

выявлять простейшие действия страховых мошенников;

быстро и адекватно действовать при обнаружении факта мошенничества;

организовывать и проводить экспертизу пострадавшего объекта;

документально оформлять результаты экспертизы;

оценивать ущерб и определять величину страхового возмещения;

знать:

документы, необходимые для оформления страхового случая, и порядок работы с ними;

документы, необходимые для расчета и начисления страхового возмещения (обеспечения), и порядок работы с ними;

внутренние документы по регистрации и сопровождению страхового случая и порядок работы с ними;

специфическое программное обеспечение;

взаимосвязь показателей внутренней отчетности по страховому случаю;

компетентные органы, регистрирующие факт, обстоятельства и последствия страхового случая;

порядок оформления запроса, письма, акта и других документов;

специфические термины, касающиеся расходования средств страхового фонда;

законодательную базу, регулиующую страховые выплаты;

основные виды мошенничества при заявлении о страховом случае;

"пробелы" в законодательстве, увеличивающие риск страхового мошенничества;

порядок действий при сомнении в отношении законности проводимых страховых операций;

порядок действий при выявлении факта страхового мошенничества;

методы борьбы со страховым мошенничеством;
теоретические основы проведения экспертизы пострадавшего объекта;
документы, регистрирующие результаты экспертизы, и порядок работы с ними;

критерии определения страхового случая;
теоретические основы оценки величины ущерба;
признаки страхового случая;
условия выплаты страхового возмещения (обеспечения);
формы страхового возмещения (обеспечения);
порядок расчета страхового возмещения (обеспечения).

Количество часов на освоение программы производственной практики:

В рамках освоения ПМ.02 - 72 часа;

ПМ.03 -72 часа;

ПМ .04 -72 часа.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Цели и задачи преддипломной практики:

- формирование общих и профессиональных компетенций,
- комплексное освоение обучающимися видов профессиональной деятельности, заложенных в ФГОС СПО.

Количество часов на освоение программы преддипломной практики:

Всего – 144 часа.