

Тестовые задания для диагностической работы по дисциплине
ПМ.01 «Реализация различных технологий розничных продаж в страховании»,
соотнесенные с результатами освоения образовательной программы специальности
38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Пояснительная записка.

Диагностический тест включает 30 вопросов, произвольно выбранных из приведенного перечня вопросов, и включает вопросы с выбором варианта ответа, вопросы на установление соответствия/последовательности, вопросы открытого типа (необходимо вписать ответ).

Тестирование длится не более 2 академических часов. Каждое задание оценивается в 1 балл. Оценка выставляется в соответствии со шкалой оценивания (таблица 1)

Таблица 1 – Шкала оценивания

Оценка	Процент верных ответов
«неудовлетворительно»	< 50%
«удовлетворительно»	50-69%
«хорошо»	70-90%
«отлично»	91-100%

В вопросах с выбором варианта ответа необходимо выбрать только один ответ. Например: *Какие из перечисленных функций страхования отражают его экономическую сущность?*

- рисковая, предупредительная, контрольная, сберегательная
- рисковая, предупредительная, посредническая
- сберегательная, предупредительная, накопительная

В вопросах на установление соответствия необходимо установите соответствие между левым и правым столбцом. Например: *Установите соответствие между видом договора и составом имущества, которое по данному договору может быть принято на страхование:*

Вид договора имущественного страхования	Состав имущества, принимаемого на страхование
Основной <input type="text" value="1"/>	1 поголовье крупного рогатого скота на ферме
Дополнительный <input type="text" value="2"/>	2 холодильники принятые в ремонт
Специальный <input type="text" value="3"/>	3 картины, переданные музею на выставу

В вопросах на установление последовательности необходимо приведенные события (явления, процессы и т.п.) расположить в правильной последовательности. Например: *Установите последовательность подчинения страховой медицинской организации (от наиболее полномочного к наименее):*

<input type="text" value="1"/>	Федеральный фонд ОМС
<input type="text" value="2"/>	Территориальный фонд ОМС
<input type="text" value="3"/>	Страховая медицинская организация

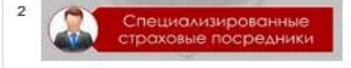
В вопросах на дополнение необходимо вписать недостающее слово или число. Например: *Может ли быть заключен договор страхования имущества предприятия по стоимости, составляющей 15 процентов балансовой стоимости имущества?*

Ответ: нет.

Банк заданий.

Таблица 2 – Банк заданий

№	Задание	Варианты ответов	Номер темы по РПД						
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес									
1.	Кого называют страховыми посредниками?	а) все организации, которые предлагают заключить страховой договор б) компании для которых страхование может выступать как основным, так и неосновным видом деятельности в) специализированные компании, которые имеют лицензии на страховую деятельность	1.1						
2.	Выберите определение, подходящее для характеристики страховых агентов	а) физические или юридические лица, действующие от имени страховщика и по его поручению б) независимые физические или юридические лица, имеющие право на проведение посреднических операции по страхованию от своего имени на основании поручений страхователя или страховщика в) предприятия, которые при обслуживании предлагают только страховые полисы ОСАГО	1.1						
3.	Выберите определение, подходящее для характеристики страховых брокеров	а) физические или юридические лица, действующие от имени страховщика и по его поручению б) независимые физические или юридические лица, имеющие право на проведение посреднических операции по страхованию от своего имени на основании поручений страхователя или страховщика в) предприятия, которые при обслуживании предлагают только страховые полисы ОСАГО	1.1						
4.	Кого называют генеральным страховым агентом?	а) генеральный директор страховой компании б) лицо, представляющее страховую компанию на определенной территории, руководитель филиала, не состоящий в штате компании в) определенного сотрудника страховой компании, заключающего договоры от лица страховщика, организующего работу других страховых агентов компании	1.1						
5.	Установите соответствие страховых посредников и цели их деятельности (впишите соответствующие цифры)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Страховые посредники</th> <th>Цель деятельности страховых посредников</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>страховые агенты</td> <td>1 предложить выгодные клиенту условия и обеспечить защиту его интересов в течение срока страхования</td> </tr> <tr> <td>страховые брокеры</td> <td>2 продать страховой полис своей страховой компании</td> </tr> </tbody> </table>	Страховые посредники	Цель деятельности страховых посредников	страховые агенты	1 предложить выгодные клиенту условия и обеспечить защиту его интересов в течение срока страхования	страховые брокеры	2 продать страховой полис своей страховой компании	1.1
Страховые посредники	Цель деятельности страховых посредников								
страховые агенты	1 предложить выгодные клиенту условия и обеспечить защиту его интересов в течение срока страхования								
страховые брокеры	2 продать страховой полис своей страховой компании								
6.	Установите соответствие страховых посредников и значения, предоставляемой ими информации потенциальным страхователям (впишите соответствующие цифры)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Страховые посредники</th> <th>Значение предоставляемой информации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Страховые агенты</td> <td>1 информация выгодная нанявшей его страховой компании</td> </tr> <tr> <td>Страховые брокеры</td> <td>2 объективная информация о страховом рынке с точки зрения независимого эксперта</td> </tr> </tbody> </table>	Страховые посредники	Значение предоставляемой информации	Страховые агенты	1 информация выгодная нанявшей его страховой компании	Страховые брокеры	2 объективная информация о страховом рынке с точки зрения независимого эксперта	1.1
Страховые посредники	Значение предоставляемой информации								
Страховые агенты	1 информация выгодная нанявшей его страховой компании								
Страховые брокеры	2 объективная информация о страховом рынке с точки зрения независимого эксперта								

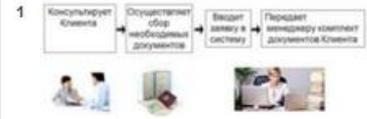
7.	Установите соответствие описания и названия основных категорий посредников (впишите соответствующие цифры)	<p>Страховые посредники (специализированные страховые посредники, у которых операции по страхованию являются основным или одним из основных видов деятельности)</p> <p>Нестраховые посредники (предприятия, которые при обслуживании клиентов по своим основным видам деятельности, не связанных напрямую со страхованием, могут предложить страхование как дополнительную, сопутствующую услугу при реализации товаров и услуг)</p>	<p>1</p>  <p>2</p> 	1.1
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество				
8.	В чем заключается цель деятельности страхового агента?	<p>а) предложить по наиболее выгодной цене страховой полис своей страховой компании</p> <p>б) предложить по выгодным условиям страхования полис клиенту и обеспечить ему страховую защиту в период действия полиса</p> <p>в) предложить заключить несколько страховых договоров, вместо одного</p>	1.2	
9.	В чем заключается цель деятельности страхового брокера?	<p>а) предложить по наиболее выгодной цене страховой полис своей страховой компании</p> <p>б) предложить по выгодным условиям страхования полис клиенту и обеспечить ему страховую защиту в период действия полиса</p> <p>в) предложить заключить несколько страховых договоров, вместо одного</p>	1.2	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность				
10.	В пользу какого метода следует принять решение при разработке плана продаж в случае применения в страховой компании КРІ в сфере продаж?	<p>а) Метод прогноза</p> <p>б) Нормативный метод</p> <p>в) Метод экстраполяции</p> <p>г) Метод капитализации</p>	2.2	
11.	В пользу какого метода следует принять решение при разработке плана продаж на 4 год деятельности страховой компании, если три года подряд компания растет по продажам на 25%?	<p>а) Метод прогноза</p> <p>б) Нормативный метод</p> <p>в) Метод экстраполяции</p> <p>г) Метод капитализации</p>	2.2	
12.	В пользу какого метода следует принять решение при разработке плана продаж, если необходимо определить общий объем продаж на потенциальных рынках страны, сегментированных по продуктовому, клиентскому либо смешанному признаку, а также долю компании на этом рынке?	<p>а) Метод прогноза</p> <p>б) Нормативный метод</p> <p>в) Метод экстраполяции</p> <p>г) Метод капитализации</p>	2.2	
13.	В пользу какого метода следует принять решение при разработке плана продаж, если известна величина капитализации компании на очередной год планирования?	<p>а) Метод прогноза</p> <p>б) Нормативный метод</p> <p>в) Метод экстраполяции</p> <p>г) Метод капитализации</p>	2.2	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития				

14.	Что из перечисленного учитывает методы обучения и развития персонала страховой компании в процессе менеджмента? (выберите один вариант ответа)	а) Директ-маркетинг; б) Бенчмаркинг; в) Маркетинг.	2.2												
15.	Установите последовательность шагов в процессе обучения страховых агентов после набора их в страховую компанию (впишите соответствующие цифры)	<input type="checkbox"/> Создание лекций <input type="checkbox"/> Техническое обеспечение процесса обучения <input type="checkbox"/> Разработка режима обучения <input type="checkbox"/> Изготовление наглядных пособий <input type="checkbox"/> решение вопросов бытового плана <input type="checkbox"/> Создание тренингов	2.2												
16.	Расположите органы планирования в страховой компании в порядке, необходимом для эффективной организации продаж, по степени подчинения от наивысшего руководящего органа к низшему (впишите соответствующие цифры)	<input type="checkbox"/> Фронт-офис <input type="checkbox"/> Правление страховой компании <input type="checkbox"/> Генеральный директор <input type="checkbox"/> Бюджетный комитет <input type="checkbox"/> Финансово-экономическая служба	2.2												
17.	Установите последовательность основных этапов развития агента в обеспечении качества продаж (впишите соответствующие цифры)	<input type="checkbox"/> Обучаемся эффективному общению <input type="checkbox"/> Изучаем продукт <input type="checkbox"/> Планируем и контролируем <input type="checkbox"/> Изучаем преимущества продукта, выгода для клиента	2.2												
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности															
18.	Что из перечисленного является уникальным IT-решением для организации продаж страховых полисов онлайн, позволяющим мгновенно рассчитать страховую премию по тарифам, утвержденным в страховой компании?	а) Автоматизация б) Страховой калькулятор в) Контакт-центр	3.1												
19.	Установите соответствие показателей эффективности использования информационно-коммуникационных технологий и категорий, на которые они направлены (впишите соответствующие цифры)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Категории</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Показатели эффективности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Владельцы страховой компании </td> <td style="vertical-align: top;"> 1 Повышение рентабельности бизнеса и качества управления </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Бухгалтерия и финансовые службы страховой компании </td> <td style="vertical-align: top;"> 2 - повышение показателей отделов; - сокращение издержек на персонал; - ускоренная адаптация персонала; - автоматизация документооборота; </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Коммерческий отдел страховой компании </td> <td style="vertical-align: top;"> 3 Автоматическое формирование счетов </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Руководители страховой компании </td> <td style="vertical-align: top;"> 4 - увеличение скорости обслуживания клиентов; - онлайн система продаж на сайте компании; - автоматизация формирования договоров страхования; - автоматизация учета клиентов; </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Клиенты страховой компании </td> <td style="vertical-align: top;"> 5 - комфортный личный кабинет; - оповещение о статусах заявок; - доступ к первичной отчетной документации в личном кабинете; </td> </tr> </tbody> </table>	Категории	Показатели эффективности	<input type="checkbox"/> Владельцы страховой компании	1 Повышение рентабельности бизнеса и качества управления	<input type="checkbox"/> Бухгалтерия и финансовые службы страховой компании	2 - повышение показателей отделов; - сокращение издержек на персонал; - ускоренная адаптация персонала; - автоматизация документооборота;	<input type="checkbox"/> Коммерческий отдел страховой компании	3 Автоматическое формирование счетов	<input type="checkbox"/> Руководители страховой компании	4 - увеличение скорости обслуживания клиентов; - онлайн система продаж на сайте компании; - автоматизация формирования договоров страхования; - автоматизация учета клиентов;	<input type="checkbox"/> Клиенты страховой компании	5 - комфортный личный кабинет; - оповещение о статусах заявок; - доступ к первичной отчетной документации в личном кабинете;	3.1
Категории	Показатели эффективности														
<input type="checkbox"/> Владельцы страховой компании	1 Повышение рентабельности бизнеса и качества управления														
<input type="checkbox"/> Бухгалтерия и финансовые службы страховой компании	2 - повышение показателей отделов; - сокращение издержек на персонал; - ускоренная адаптация персонала; - автоматизация документооборота;														
<input type="checkbox"/> Коммерческий отдел страховой компании	3 Автоматическое формирование счетов														
<input type="checkbox"/> Руководители страховой компании	4 - увеличение скорости обслуживания клиентов; - онлайн система продаж на сайте компании; - автоматизация формирования договоров страхования; - автоматизация учета клиентов;														
<input type="checkbox"/> Клиенты страховой компании	5 - комфортный личный кабинет; - оповещение о статусах заявок; - доступ к первичной отчетной документации в личном кабинете;														
20.	Запишите одним словом (в единственном числе и именительном падеже) название процесса использования информационно-коммуникационные технологий, позволяющего повысить конкурентоспособность страховой компании, сократить затраты, улучшить качество и скорость обслуживания клиентов.		3.1												

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями			
21.	Какое качество из перечисленных наиболее необходимо страховому агенту, чтобы эффективно работать в команде?	а) Коммуникабельность; б) Аккуратность; в) Сдержанность.	2.2
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий			
22.	Если так получилось, что оформление договора страхования за вас выполнил кто-то другой, но плохо, какими будут ваши действия?	а) молча переделаю как положено б) переделаю, но сообщу всем, что, по сути, я то тут ни при чем в) пойду докладывать начальнику о несостоятельности замещавшего меня человека	2.2
23.	Если вы проспали и не вовремя явились на работу, какими будут ваши действия?	а) придумаете правдоподобное оправдание, вескую причину опозданию б) прокрадетесь на рабочее место и сделаете вид, что ничего не произошло в) зайдете к начальству и скажете, что виноваты, но больше такого не повторится	2.2
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации			
24.	Хорошей ли в профессиональном плане является привычка фиксировать планы и цели на бумаге?	а) Это не нужно, можно все это держать в голове б) Иногда это можно делать в) Да, это помогает отслеживать прогресс достижений	2.2
25.	Установите соответствие между возможностями профессионального и карьерного развития (впишите соответствующие цифры)	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 20px;"> <p>Карьера в продажах <input type="text"/></p> <p>Карьера в вертикали управления <input type="text"/></p> </div> <div> <p>1 </p> <p>2 </p> </div> </div>	2.2
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
26.	Какой вариант ответа отражает определение технологии продаж?	а) набор основных (страховых) и вспомогательных услуг, представляемых страховой б) это механизм обмена, при помощи которого удовлетворяются запросы и желания потребителей в) упорядоченный и последовательный комплекс действий и мероприятий для осуществления продажи страховых продуктов	1.1 1.2
27.	Выберите описание технологии ведения профессиональной деятельности, соответствующее работе «Агента-обслуживателя»	а) Агент сам определяет необходимый ему уровень дохода, и через некоторое время работы набирает количество клиентов, сосредотачивается в основном на их обслуживании, чтобы удержать тот уровень жизни, который его устраивает, но не занимается развитием своего портфеля. Применение только этой стратегии приводит к тому, что страховые компании недополучают премию б) Это руководители небольшой группы агентов (от 3 до 7–12 человек), организующий действия всех членов своей команды для выполнения объемов продаж группы. Основное препятствие в применении данной стратегии в том, что менеджмент – это определенный свод знаний, умений и навыков, который надо уметь применять, а большинство претендентов на эту должность являются по своей сути опытными продавцами, а не управленцами в) Это агент с предпринимательским мышлением, постоянно ищущий варианты увеличения прибыли в окружающем мире посредством эффективной организации ресурсов и расширения бизнеса, посредством подключения помощников, которые освобождают «суперагента» для работы с ключевыми клиентами	1.1 1.2

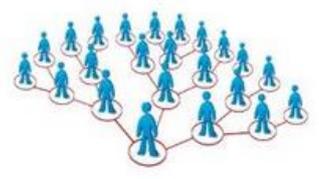
28.	Выберите описание технологии ведения профессиональной деятельности, соответствующее работе «Агента-менеджера»	<p>а) Агент сам определяет необходимый ему уровень дохода, и через некоторое время работы набирает количество клиентов, сосредотачивается в основном на их обслуживании, чтобы удержать тот уровень жизни, который его устраивает, но не занимается развитием своего портфеля. Применение только этой стратегии приводит к тому, что страховые компании недополучают премию</p> <p>б) Это руководители небольшой группы агентов (от 3 до 7–12 человек), организующий действия всех членов своей команды для выполнения объемов продаж группы. Основное препятствие в применении данной стратегии в том, что менеджмент – это определенный свод знаний, умений и навыков, который надо уметь применять, а большинство претендентов на эту должность являются по своей сути опытными продавцами, а не управленцами</p> <p>в) Это агент с предпринимательским мышлением, постоянно ищущий варианты увеличения прибыли в окружающем мире посредством эффективной организации ресурсов и расширения бизнеса, посредством подключения помощников, которые освобождают «суперагента» для работы с ключевыми клиентами</p>	1.1 1.2											
29.	Выберите описание технологии ведения профессиональной деятельности, соответствующее работе «Агента-Центра прибыли»	<p>а) Агент сам определяет необходимый ему уровень дохода, и через некоторое время работы набирает количество клиентов, сосредотачивается в основном на их обслуживании, чтобы удержать тот уровень жизни, который его устраивает, но не занимается развитием своего портфеля. Применение только этой стратегии приводит к тому, что страховые компании недополучают премию</p> <p>б) Это руководители небольшой группы агентов (от 3 до 7–12 человек), организующий действия всех членов своей команды для выполнения объемов продаж группы. Основное препятствие в применении данной стратегии в том, что менеджмент – это определенный свод знаний, умений и навыков, который надо уметь применять, а большинство претендентов на эту должность являются по своей сути опытными продавцами, а не управленцами</p> <p>в) Это агент с предпринимательским мышлением, постоянно ищущий варианты увеличения прибыли в окружающем мире посредством эффективной организации ресурсов и расширения бизнеса, посредством подключения помощников, которые освобождают «суперагента» для работы с ключевыми клиентами</p>	1.1 1.2											
30.	Установите соответствие между критериями классификации и видами технологий продаж (впишите соответствующие цифры)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #e0e0e0;">Критерии классификации</th> <th style="background-color: #e0e0e0;">Виды технологий продаж</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>По продукту <input type="text" value=""/></td> <td rowspan="2">1 - монопродажи; - мультипродажи; - кросс-продажи;</td> </tr> <tr> <td>По уровню автоматизации <input type="text" value=""/></td> </tr> <tr> <td>По каналам продаж <input type="text" value=""/></td> <td>2 - новые продажи; - пролонгация продаж;</td> </tr> <tr> <td>По отношению к договору страхования <input type="text" value=""/></td> <td>3 - с использованием бумажных справочников; - автоматизированные с участием продавца; - автоматизированные без участия продавца;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4 - прямые продажи; - посреднические продажи;</td> </tr> </tbody> </table>	Критерии классификации	Виды технологий продаж	По продукту <input type="text" value=""/>	1 - монопродажи; - мультипродажи; - кросс-продажи;	По уровню автоматизации <input type="text" value=""/>	По каналам продаж <input type="text" value=""/>	2 - новые продажи; - пролонгация продаж;	По отношению к договору страхования <input type="text" value=""/>	3 - с использованием бумажных справочников; - автоматизированные с участием продавца; - автоматизированные без участия продавца;		4 - прямые продажи; - посреднические продажи;	1.1 1.2
Критерии классификации	Виды технологий продаж													
По продукту <input type="text" value=""/>	1 - монопродажи; - мультипродажи; - кросс-продажи;													
По уровню автоматизации <input type="text" value=""/>														
По каналам продаж <input type="text" value=""/>	2 - новые продажи; - пролонгация продаж;													
По отношению к договору страхования <input type="text" value=""/>	3 - с использованием бумажных справочников; - автоматизированные с участием продавца; - автоматизированные без участия продавца;													
	4 - прямые продажи; - посреднические продажи;													

ПК 1.1. Реализовывать технологии агентских продаж															
31.	Исключите технологию не относящуюся к технологиям агентских продаж	а) Посреднические сетевые продажи	1.1												
		б) Продажа полисов на рабочих местах	1.2												
		в) Телемаркетинг													
32.	Подготовка агентов – это:	а) система, позволяющая провести анализ полученного результата и обосновать выводы, сформулировать предложения по коррекции каждого из элементов всей системы, от планирования работы до объективной оценки полученных результатов;	1.1												
		б) система, включающая мероприятия по стажировке для начинающих агентов, профилактики кризиса в работе для опытных агентов, мероприятия, способствующие формированию мотивации агентов, личностному и профессиональному развитию	1.2												
		в) система, включающая в себя мероприятия по качественному набору агентов, первичной подготовке и сдаче зачет, стажировке.													
33.	Набор агентов, предполагающий, что компании нужно небольшое число агентов – это:	а) разовый набор;	1.1												
		б) пульсирующий набор;	1.2												
		в) непрерывный набор.													
34.	Установите соответствие между функциями и задачами страхового агента (впишите соответствующие цифры)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Функции страхового агента</th> <th>Задачи страхового агента</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Перспектива развития <input type="checkbox"/></td> <td>1 Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования</td> </tr> <tr> <td>Коммуникация <input type="checkbox"/></td> <td>2 Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации</td> </tr> <tr> <td>Продажа <input type="checkbox"/></td> <td>3 Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов)</td> </tr> <tr> <td>Обслуживание <input type="checkbox"/></td> <td>4 Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета</td> </tr> <tr> <td>Сбор информации <input type="checkbox"/></td> <td>5 Распространение информации о страховых продуктах страховщика</td> </tr> </tbody> </table>	Функции страхового агента	Задачи страхового агента	Перспектива развития <input type="checkbox"/>	1 Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования	Коммуникация <input type="checkbox"/>	2 Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации	Продажа <input type="checkbox"/>	3 Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов)	Обслуживание <input type="checkbox"/>	4 Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета	Сбор информации <input type="checkbox"/>	5 Распространение информации о страховых продуктах страховщика	1.1 1.2
Функции страхового агента	Задачи страхового агента														
Перспектива развития <input type="checkbox"/>	1 Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования														
Коммуникация <input type="checkbox"/>	2 Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации														
Продажа <input type="checkbox"/>	3 Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов)														
Обслуживание <input type="checkbox"/>	4 Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета														
Сбор информации <input type="checkbox"/>	5 Распространение информации о страховых продуктах страховщика														
35.	Установите соответствие между задачами, стоящими перед страховыми агентами, и их обязанностями в рамках обозначенных задач (впишите соответствующие цифры)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Задачи страхового агента</th> <th>Обязанности страхового агента</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования <input type="checkbox"/></td> <td>1 Поиск клиентов</td> </tr> <tr> <td>Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации <input type="checkbox"/></td> <td>2 Заключение договоров</td> </tr> <tr> <td>Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов) <input type="checkbox"/></td> <td>3 Учет и сохранность документов</td> </tr> <tr> <td>Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета <input type="checkbox"/></td> <td>4 Оценка ущерба</td> </tr> <tr> <td>Распространение информации о страховых продуктах страховщика <input type="checkbox"/></td> <td>5 Реклама услуг</td> </tr> </tbody> </table>	Задачи страхового агента	Обязанности страхового агента	Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования <input type="checkbox"/>	1 Поиск клиентов	Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации <input type="checkbox"/>	2 Заключение договоров	Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов) <input type="checkbox"/>	3 Учет и сохранность документов	Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета <input type="checkbox"/>	4 Оценка ущерба	Распространение информации о страховых продуктах страховщика <input type="checkbox"/>	5 Реклама услуг	1.1 1.2
Задачи страхового агента	Обязанности страхового агента														
Совершенствование продажи страхового продукта, установление контактов, ответы на вопросы, завершение контакта подписанием договора страхования <input type="checkbox"/>	1 Поиск клиентов														
Поиск и привлечение новых клиентов для страховой организации <input type="checkbox"/>	2 Заключение договоров														
Оказание дополнительных услуг клиентам (консультации по ряду юридических и финансовых вопросов) <input type="checkbox"/>	3 Учет и сохранность документов														
Проведение маркетинговых исследований, анализ полученных данных и составление отчета <input type="checkbox"/>	4 Оценка ущерба														
Распространение информации о страховых продуктах страховщика <input type="checkbox"/>	5 Реклама услуг														

36.	Установите соответствие между категорией страхового агента и схемой его работы (впишите соответствующие цифры)	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 30%;"> <p>Категория страхового агента</p> <p>Стационарный агент <input type="checkbox"/></p> <p>Мобильный агент <input type="checkbox"/></p> </div> <div style="width: 65%;"> <p>Схема работы агента</p> <p>1</p>  <p>2</p>  </div> </div>	1.1 1.2										
37.	Установите последовательность этапов работы страхового агента (впишите соответствующие цифры)	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> аргументация и представление продукта, преодоление возражений <input type="checkbox"/> подготовка к презентации продукта <input type="checkbox"/> поиск клиентов <input type="checkbox"/> выявление потребностей клиента <input type="checkbox"/> обеспечение регулярных контактов с клиентом <input type="checkbox"/> техническая подготовка договора 	1.1 1.2										
38.	Установите соответствие функций страхового агента в процессе реализации технологии агентских продаж с ролями, которые он играет в процессе продажи (впишите соответствующие цифры)	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;"><input type="checkbox"/> Страховой агент — торговец.</td> <td>1 Он должен уметь самостоятельно рассчитывать величину страхового взноса и выгоду той или иной сделки страховой компании, интересы которой он представляет.</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Страховой агент — психолог.</td> <td>2 Он должен правильно и грамотно организовать свою работу по продаже страховых услуг</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Страховой агент — экономист.</td> <td>3 Он должен подходить к каждому клиенту индивидуально (осуществлять индивидуальный подход). Поэтому, чтобы стать успешным страховым агентом, нужно знать психологию людей</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Страховой агент — менеджер.</td> <td>4 Он не должен допустить, чтобы недобросовестный клиент обманул страховую компанию (например, скрыл какие-либо обстоятельства, касающиеся риска, принимаемого на страхование).</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Страховой агент — криминалист.</td> <td>5 Одна из главных его задач состоит в том, чтобы найти потенциального клиента и убедить купить данный вид страхования именно у него.</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Страховой агент — торговец.	1 Он должен уметь самостоятельно рассчитывать величину страхового взноса и выгоду той или иной сделки страховой компании, интересы которой он представляет.	<input type="checkbox"/> Страховой агент — психолог.	2 Он должен правильно и грамотно организовать свою работу по продаже страховых услуг	<input type="checkbox"/> Страховой агент — экономист.	3 Он должен подходить к каждому клиенту индивидуально (осуществлять индивидуальный подход). Поэтому, чтобы стать успешным страховым агентом, нужно знать психологию людей	<input type="checkbox"/> Страховой агент — менеджер.	4 Он не должен допустить, чтобы недобросовестный клиент обманул страховую компанию (например, скрыл какие-либо обстоятельства, касающиеся риска, принимаемого на страхование).	<input type="checkbox"/> Страховой агент — криминалист.	5 Одна из главных его задач состоит в том, чтобы найти потенциального клиента и убедить купить данный вид страхования именно у него.	1.1 1.2
<input type="checkbox"/> Страховой агент — торговец.	1 Он должен уметь самостоятельно рассчитывать величину страхового взноса и выгоду той или иной сделки страховой компании, интересы которой он представляет.												
<input type="checkbox"/> Страховой агент — психолог.	2 Он должен правильно и грамотно организовать свою работу по продаже страховых услуг												
<input type="checkbox"/> Страховой агент — экономист.	3 Он должен подходить к каждому клиенту индивидуально (осуществлять индивидуальный подход). Поэтому, чтобы стать успешным страховым агентом, нужно знать психологию людей												
<input type="checkbox"/> Страховой агент — менеджер.	4 Он не должен допустить, чтобы недобросовестный клиент обманул страховую компанию (например, скрыл какие-либо обстоятельства, касающиеся риска, принимаемого на страхование).												
<input type="checkbox"/> Страховой агент — криминалист.	5 Одна из главных его задач состоит в том, чтобы найти потенциального клиента и убедить купить данный вид страхования именно у него.												
39.	О каком посреднике, идет речь в тексте, приведенном ниже? (Ответ запишите в именительном падеже, единственном числе) Эти посредники не покупают продукцию у производителей или экспортеров и не перепродают ее. Они уполномочены страховщиками продавать продукцию в качестве представителей. Операции по таким продажам состоят в поручении посреднику совершить продажу услуги от имени страховщика. При этом отношения между страховщиком и посредником регламентируются договором или соглашением, отражающим предельные полномочия посредников.	1.1 1.2											
40.	Дополните ответ: Система, требующая анализа ситуации, формулирования целей и задач, обоснования конкретных мероприятий и бюджетов по каждому из элементов работы при наборе агентов – это ... (ответ запишите одним словом, существительным в именительном падеже, единственном числе)	1.1 1.2											
41.	Дополните ответ: Система, включающая в себя мероприятия по качественному набору агентов, первичной подготовке и сдаче зачета, стажировке – это профессиональный ... (ответ запишите одним словом, существительным в именительном падеже, единственном числе)	1.1 1.2											
42.	Может ли страховой агент состоять в штате страховой компании или оставаться внештатным сотрудником, получая лишь проценты от сумм заключённых договоров? (ответ впишите в формате да/нет)	1.1 1.2											
ПК 1.2. Реализовывать технологии брокерских продаж и продаж финансовыми консультантами													
43.	В каком сегменте брокерские продажи играют наиболее заметную роль?	<ul style="list-style-type: none"> а) в розничных продажах; б) в корпоративных продажах; в) в личных продажах. 	1.4										
44.	Частью чего является отдел брокерских продаж в страховой компании?	<ul style="list-style-type: none"> а) частью фронт-офиса; б) частью милд-офиса; в) частью бэк-офиса. 	1.4										
45.	Что необходимо в первую очередь для организации централизованной модели брокерских продаж?	<ul style="list-style-type: none"> а) проведение рекрутинга брокеров; б) создание в компании «брокерского» подразделения; в) создание электронной базы брокеров 	1.4										

46.	В какой модели страховых компаний продающие подразделения по видам страхования самостоятельно работают с брокерами?	а)	страховые компании, построенные по продуктовому или видовому признаку;	1.4
		б)	страховые компании, построенные на основе линейно-функциональной структуры;	
		в)	страховые компании, построенные на основе матричной структуры.	
47.	Установите соответствие между мероприятиями по работе с брокерами и их содержанием (впишите соответствующие цифры)			1.4
48.	Установите последовательность шагов в реализации технологии брокерских продаж (впишите соответствующие цифры)			1.4
49.	О каком посреднике, идет речь в тексте, приведенном ниже? (Ответ запишите в именительном падеже, единственном числе). Операции, проводимые этими посредниками, состоят в установлении контакта между продавцом и покупателем. К таким посредникам относятся торговые фирмы, лиц и организации, которые подыскивают взаимозаинтересованных продавцов и покупателей, сводят их, но сами не принимают участия в сделках ни своим именем, ни своим капиталом. Такой посредник не является представителем, не состоит в договорных отношениях ни с одной из сторон участников сделки и действует на основании отдельных поручений.			1.4
50.	Дополните ответ: В соответствии со ст.3 «Брокерская деятельность» ФЗ РФ «О рынке ценных бумаг», отчет брокера о совершенных сделках должен содержать в том числе информацию о ... и ... каждой из таких сделок. (ответ запишите словами в соответствующем падеже и числе через пробел)			1.4
51.	Дополните ответ: В соответствии со ст.8 «Страховые агенты и брокеры» ФЗ РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» деятельностью в качестве страхового агента, страхового брокера не вправе заниматься лица, имеющие неснятую или непогашенную ... (ответ запишите одним словом, существительным в именительном падеже, единственном числе)			1.4
52.	Дополните ответ: В соответствии со ст.8 «Страховые агенты и брокеры» ФЗ РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» страховой брокер не может указывать себя в качестве ... по договорам страхования, заключаемым ими в пользу третьих лиц. (ответ запишите в соответствующем падеже и числе по смыслу текста)			1.4
53.	Может ли страховой брокер действовать в качестве страхового агента? (ответ впишите в формате да/нет)			1.4
ПК 1.3. Реализовывать технологии банковских продаж				
54.	Среди перечисленных преимуществ каналов продаж выберите вариант, относящийся к банковскому каналу продаж в сравнении с прямым и агентским (страховым) каналами	а)	- установление прямых контактов с покупателем; - быстрая продажа простых страховых продуктов; - полная управляемость;	1.1 1.2
		б)	Широкий охват аудитории	
		в)	- снижение затрат на агентскую сеть; - расширение клиентской базы; - формирование целевых маркетинговых программ;	
55.	Среди перечисленных недостатков каналов продаж выберите вариант, относящийся к банковскому каналу продаж в сравнении с прямым и агентским (страховым) каналами	а)	- ограниченность аудитории; - высокие первоначальные затраты; - низкая мотивация на активное привлечение клиентов;	1.1 1.2
		б)	Трудноуправляемость	
		в)	- дороговизна; - трудность установления коммуникаций с клиентом со стороны компании;	

56.	Исключите вариант, в котором указан страховой продукт, НЕреализуемый через банковский канал продаж	а) Страховые продукты, связанные с ипотекой и автокредитованием	1.1 1.2								
		б) Страхование жизни и от несчастных случаев									
		в) Страхование ответственности по арендуемому имуществу									
57.	Установите соответствие между названием и содержанием технологии банковских продаж в страховании (впишите соответствующие цифры)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Название технологии банковских продаж</th> <th>Содержание технологии банковских продаж</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> Финансовый супермаркет <input type="checkbox"/> </td> <td> 1 Банки распространяют продукты страхования за комиссионное вознаграждение → Базы данных страховой компании не предоставляются либо ограничиваются → ИТ-системы не интегрированы → Банк работает со многими страховыми компаниями → Банк продает независимые продукты </td> </tr> <tr> <td> Кооперация <input type="checkbox"/> </td> <td> 2 Высокая степень интеграции при развитии продуктов и каналов распространения → Совместные базы данных → Интегрированные ИТ-системы, совместные инвестиции в ИТ и персонал → Совместное владение продуктами и клиентами → Совместные продукты и клиенты </td> </tr> <tr> <td> Агентское соглашение <input type="checkbox"/> </td> <td> 3 Политика и бизнес-операции полностью интегрированы → Большие возможности использования данных по клиентам → Предоставление универсальных финансовых услуг → Полностью интегрированные продукты → Объединенные бизнес-процессы </td> </tr> </tbody> </table>	Название технологии банковских продаж	Содержание технологии банковских продаж	Финансовый супермаркет <input type="checkbox"/>	1 Банки распространяют продукты страхования за комиссионное вознаграждение → Базы данных страховой компании не предоставляются либо ограничиваются → ИТ-системы не интегрированы → Банк работает со многими страховыми компаниями → Банк продает независимые продукты	Кооперация <input type="checkbox"/>	2 Высокая степень интеграции при развитии продуктов и каналов распространения → Совместные базы данных → Интегрированные ИТ-системы, совместные инвестиции в ИТ и персонал → Совместное владение продуктами и клиентами → Совместные продукты и клиенты	Агентское соглашение <input type="checkbox"/>	3 Политика и бизнес-операции полностью интегрированы → Большие возможности использования данных по клиентам → Предоставление универсальных финансовых услуг → Полностью интегрированные продукты → Объединенные бизнес-процессы	1.1 1.2
Название технологии банковских продаж	Содержание технологии банковских продаж										
Финансовый супермаркет <input type="checkbox"/>	1 Банки распространяют продукты страхования за комиссионное вознаграждение → Базы данных страховой компании не предоставляются либо ограничиваются → ИТ-системы не интегрированы → Банк работает со многими страховыми компаниями → Банк продает независимые продукты										
Кооперация <input type="checkbox"/>	2 Высокая степень интеграции при развитии продуктов и каналов распространения → Совместные базы данных → Интегрированные ИТ-системы, совместные инвестиции в ИТ и персонал → Совместное владение продуктами и клиентами → Совместные продукты и клиенты										
Агентское соглашение <input type="checkbox"/>	3 Политика и бизнес-операции полностью интегрированы → Большие возможности использования данных по клиентам → Предоставление универсальных финансовых услуг → Полностью интегрированные продукты → Объединенные бизнес-процессы										
58.	Как называется процесс интеграции банков и страховых компаний с целью реализации как страховых, так и банковских продуктов, совмещающая каналы продаж и клиентскую базу партнера, страхование рисков самих банков, а также доступ к внутренним финансовым ресурсам друг друга? (ответ укажите одним словом, существительным в именительном падеже, единственном числе)		1.1 1.2								
ПК 1.4. Реализовывать технологии сетевых посреднических продаж											
59.	К какому виду систем относится система развития агентской сети?	а) к закрытой системе;	1.3								
		б) к открытой системе.									
60.	Выберите вариант ответа, в котором указаны свойства и признаки, определяющие качество агентской сети.	а) возраст и образование агентов;	1.3								
		б) возраст и образование агентов, соотношение количества работающих к общему количеству агентов; производительность работающих агентов; отсев агентов; динамика сборов страховой премии;									
		в) производительность работающих агентов									
61.	Что из перечисленного НЕ является показателем качества агентской сети?	а) качество агентского «портфеля»;	1.3								
		б) половой признак (мужчины и женщины);									
		в) обоснованная жалоба клиента на работу агента.									
62.	По какому методу осуществляется планирование агентской сети?	а) РОМЕ;	1.3								
		б) КОМЕ;									
		в) ДОМЕ.									
63.	К какому виду канала сетевых посреднических продаж относится следующее описание: агент заключает договор со страховой компанией и работает с клиентом самостоятельно под контролем штатных сотрудников компании?	а) Линейный;	1.3								
		б) Пирамидальный;									
		в) Многоуровневый;									
64.	К какому виду канала сетевых посреднических продаж относится следующее описание: с физическим лицом заключается агентский договор, имеет право набирать агентов (субагентов), становясь генеральным агентом (менеджером), при этом субагенты также получают возможность набирать работников и стать менеджерами?	а) Линейный;	1.3								
		б) Пирамидальный;									
		в) Многоуровневый;									
65.	К какому виду канала сетевых посреднических продаж относится следующее описание: страховой представитель, прежде чем стать таковым, должен приобрести страховой продукт, и одновременно приобретают право продавать полисы другим страхователям, которые также получают страховую защиту и право продажи полисов?	а) Линейный;	1.3								
		б) Пирамидальный;									
		в) Многоуровневый;									

66.	Установите соответствие названий и изображения моделей агентских сетей (впишите соответствующие цифры)	<input type="checkbox"/> Простое агентство <input type="checkbox"/> Пирамидальная модель <input type="checkbox"/> Многоуровневая модель	1  2  3 	1.3																
67.	Установите соответствие между видом агента и количеством компаний, с которыми он сотрудничает, оплатой труда, описанием особенностей его работы (впишите соответствующие цифры)	<input type="checkbox"/> Вид агента <input type="checkbox"/> Прямой <input type="checkbox"/> Мономондатный <input type="checkbox"/> Многомондатный	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Вид агента</th> <th colspan="2">Описание деятельности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Прямой</td> <td>Работает непосредственно с клиентом, не имея посредников</td> <td>Получает оплату за работу</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Мономондатный</td> <td>Работает только с одной страховой компанией</td> <td>Получает оплату за работу</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Многомондатный</td> <td>Работает с несколькими страховыми компаниями</td> <td>Получает оплату за работу</td> </tr> </tbody> </table>	Вид агента		Описание деятельности		1	Прямой	Работает непосредственно с клиентом, не имея посредников	Получает оплату за работу	2	Мономондатный	Работает только с одной страховой компанией	Получает оплату за работу	3	Многомондатный	Работает с несколькими страховыми компаниями	Получает оплату за работу	1.3
Вид агента		Описание деятельности																		
1	Прямой	Работает непосредственно с клиентом, не имея посредников	Получает оплату за работу																	
2	Мономондатный	Работает только с одной страховой компанией	Получает оплату за работу																	
3	Многомондатный	Работает с несколькими страховыми компаниями	Получает оплату за работу																	
ПК 1.5. Реализовывать технологии прямых офисных продаж																				
68.	Исключите технологию НЕ относящуюся к прямым технологиям продаж	а) Персональные офисные продажи б) Управление ключевыми клиентами в) Банковское страхование		2.1																
69.	Выберите ответ, в котором указан основной недостаток прямых продаж страховых продуктов	а) низкая степень контроля за посредниками; б) малая степень управляемости процессом продажи страховых продуктов; в) необходимость осуществления значительных первоначальных вложений.		2.1																
70.	В каком случае целесообразно прибегнуть к технологии прямых продаж?	а) отсутствие возможности привлечения массового потенциального покупателя; б) необходимость массовых продаж; в) возможность автоматизировать продажу.		2.1																
71.	Исключите вариант ответа, содержащий описание деятельности, НЕ характеризующей прямые продажи	а) анализ возможных методов поиска потенциальных покупателей; б) самостоятельный и активный менеджмент; в) поиск и обеспечение деятельности посредников.		2.1																
72.	Какие продажи страховых продуктов исключают использование услуг посредников любого типа? (ответ запишите одним словом, прилагательным)			2.1																
73.	Какое название используется для обозначения одной из технологий прямых продаж, обозначающей присутствия компании (постоянное представительство) посредством продаж страховых услуг на территории, принадлежащей другому юридическому лицу? (ответ запишите словосочетанием через пробел)			2.1																
74.	Какое звено из цепочки «страховая компания – страховой агент – страхователь» исключается при прямом страховании?			2.1																
ПК 1.6. Реализовывать технологии продажи полисов на рабочих местах																				

75.	Выберите вариант ответа, в котором указано название категории сотрудников, осуществляющих продажи полисов на рабочих местах	а) Менеджеры по продажам; б) Персональные менеджеры; в) Штатные продавцы или агенты;	2.1
76.	Выберите вариант ответа, в котором технология продажи страховых продуктов описана в приведенном ниже тексте: Предлагаемые страховые продукты в основном дополняют существующие социальные пакеты для сотрудников предприятия. Существенным преимуществом этой технологии является то, что к предложению услуг, одобренному работодателем или хотя распространяемому с его разрешения, сотрудники относятся с большим доверием.	а) организация точки продаж; б) продажа полисов на рабочих местах; в) персональные розничные продажи.	2.1
ПК 1.7. Реализовывать директ-маркетинг как технологию прямых продаж			
77.	Выберите формулу, по которой можно рассчитать бюджет проекта, общую стоимость директ-маркетинговой кампании	а) $P = \frac{C}{S_0}$ б) $B = N \cdot C$ в) $S = \frac{B}{S_0} \cdot P_S \cdot S_S$	2.1
78.	Выберите формулу, по которой можно рассчитать процент отклика в результате директ-маркетинговой кампании	а) $P = \frac{C}{S_0}$ б) $B = N \cdot C$ в) $S = \frac{B}{S_0} \cdot P_S \cdot S_S$	2.1
79.	Выберите формулу, по которой можно рассчитать общую прибыль от проведенной директ-маркетинговой кампании	а) $P = \frac{C}{S_0}$ б) $B = N \cdot C$ в) $S = \frac{B}{S_0} \cdot P_S \cdot S_S$	2.1
80.	Исключите вариант, который НЕ является инструментом прямого маркетинга (директ-маркетинга)	а) Электронная почта б) Выставка в) Раздаточный материал, размещенный у посредников	2.1
81.	Верно ли утверждение, что продажи – это маркетинговая составляющая страхования? (ответ запишите в формате да/нет)		2.1
ПК 1.8. Реализовывать технологии телефонных продаж			
82.	Выберите вид консалтинга, относящегося к консультированию клиентов по телефону	а) телеконсалтинг б) видеоконсалтинг в) ICQ-консультирование	2.3
83.	Выберите вариант ответа, в котором указано место реализации телефонных продаж	а) контакт-центр; б) офис страховой компании; в) брокерская контора;	2.3
84.	Какие данные включает учёт	а) Ф.И.О.; наличие работы;	2.3

	поступающих звонков в контакт-центр?	б) Ф.И.О; название СМИ, в котором звонивший прочитал объявление; возраст; образование; работа; телефон для связи;	
		в) название СМИ и телефон для связи.	
85.	Выберите вариант ответа, соответствующий определению технологии контакт-центра	а) технология продаж полисов на рабочих местах и реализуется силами штатных сотрудников в систематизированном виде	2.3
		б) интерактивный маркетинговый канал, который использует одно или несколько рекламных медиа для получения определенного потребительского отклика	
		в) конвейер по обработке телефонных звонков, организуемый для масштабных маркетинговых операций	
86.	Исключите вариант ответа, в котором указан элемент, НЕ являющийся составляющим контакт-центра	а) Локальная компьютерная сеть;	2.3
		б) Калькулятор;	
		в) Голосовой шлюз;	
		г) Система интерактивных голосовых меню.	
87.	Исключите вариант ответа, в котором указаны данные, НЕ нужные для расчета количества операторов контакт-центра	а) Среднее время разговора с клиентом;	2.3
		б) Количество рабочих мест операторов;	
		в) Число звонков в час;	
		г) Среднее время ожидания ответа.	
	Верно ли утверждение, что продажи через контакт-центр относятся к посредническим продажам? (ответ запишите в формате да/нет)		2.3
ПК 1.9. Реализовывать технологии интернет-маркетинга в розничных продажах			
88.	Выберите вариант, в котором записано название модели сайта страховой компании, если сайт содержит следующую информацию: название страховой компании, контактные данные, описание предлагаемых услуг	а) Визитная карточка	3.2
		б) Виртуальное представительство	
		в) Интернет-магазин	
		г) Виртуальный офис	
89.	Выберите вариант, в котором записано название модели сайта страховой компании, если сайт содержит следующую информацию: название, контактная информация, предлагаемые услуги, история развития компании, финансовая отчетность, политика перестрахования	а) Визитная карточка	3.2
		б) Виртуальное представительство	
		в) Интернет-магазин	
		г) Виртуальный офис	
90.	Выберите вариант, в котором записано название модели сайта страховой компании, если, наряду с прочим, сайт позволяет купить online страховые продукты в защищенном режиме, оплатив покупку через платежную Интернет-систему	а) Визитная карточка	3.2
		б) Виртуальное представительство	
		в) Интернет-магазин	
		г) Виртуальный офис	
91.	Выберите вариант, в котором записано название модели сайта страховой компании, если, наряду с прочим, сайт содержит финансовую отчетность компании, имеется возможность оформления личного кабинета клиента, возможно заполнить онлайн заявку на страховой продукт, организована возможность передачи электронного полиса клиенту	а) Визитная карточка	3.2
		б) Виртуальное представительство	
		в) Интернет-магазин	
		г) Виртуальный офис	
92.	Исключите нормативный акт, который НЕ относится к регулированию интернет-продаж страховых полисов	а) ФЗ РФ «Об электронной подписи»	3.2
		б) ФЗ РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»	
		в) Трудовой кодекс РФ	
93.	Выберите вариант ответа,	а) Клиентский сегмент – приобретение электронного	3.2

	соответствующий описанию клиентского сегмента, представленному ниже. Сегмент включает страхователей, которые интересуются, в основном, недорогими продуктами с понятными опциями. В нем преобладают наемные специалисты или менеджеры старшего и среднего. Представители данного сегмента имеют средний доход – могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят, имеют в собственности автомобиль.	ОСАГО	
		б) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса ВЗР	
		в) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса страхования имущества	
94.	Выберите вариант ответа, соответствующий описанию клиентского сегмента, представленному ниже. Среди представителей данного сегмента много людей, которые в связи со своей должностью часто выезжают за рубеж, поэтому должны быть застрахованы от неприятных ситуаций, как-то: потеря багажа, медико-транспортные расходы, финансовые расходы при внезапной отмене поездки.	а) Клиентский сегмент – приобретение электронного ОСАГО	3.2
		б) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса ВЗР	
		в) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса страхования имущества	
95.	Выберите вариант ответа, соответствующий описанию клиентского сегмента, представленному ниже. Для клиентов этого сегмента очень важен хороший уровень обслуживания; для их семьи желание комфорта также является одним из ключевых мотивов при выборе данного вида страхования. Мужчины больше отдают предпочтение страхованию дач, а женщины страхованию квартир. В обоих страховых продуктах ключевым мотивом их выбора является понимание того, что может наступить страховой случай: пожар, кража. Также мотивом является страх потерять свое имущество.	а) Клиентский сегмент – приобретение электронного ОСАГО	3.2
		б) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса ВЗР	
		в) Клиентский сегмент – приобретение электронного полиса страхования имущества	
96.	Верно ли утверждение, что онлайн можно приобрести все страховые продукты по видам страхования, на которые у страховой компании имеются лицензии? (ответ запишите в формате да/нет)		3.2
97.	Верно ли утверждение, что сегодня благодаря Интернету можно заполнять форму заявления об убытке, отправлять фото повреждений, получать push-уведомление с номером убытка, согласовывать станцию технического обслуживания для ремонта авто, получать адрес СТОА и время записи? (ответ запишите в формате да/нет)		3.2
Штатные продавцы или агенты			
98.	Выберите вариант ответа, в котором указано название категории сотрудников, осуществляющих персональные розничные продажи	а) Менеджеры по продажам;	2.1
		б) Персональные менеджеры;	
		в) Штатные продавцы или агенты;	
99.	Какое название используется для обозначения одной из технологий прямых продаж, обозначающей определенную совокупность действий, которая включает выявление потенциальных покупателей, подготовку к контакту с ними, установление первоначального контакта, представление и демонстрацию товара, преодоление возражений, заключение торговой сделки, сопровождение сделки? (ответ запишите словосочетанием через пробел)		2.1
100.	Дополните ответ: Страхование физических лиц называется ... страхованием. (ответ запишите одним словом, прилагательным в соответствующем числе)		2.1