



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Колледж экономики, управления и права

**Методические указания по организации
самостоятельной работы студентов**

по междисциплинарному курсу

ПМ 02

**МДК. 02.01. Планирование и организация продаж в страховании
(по отраслям)**

Специальность

38.02.02 Страхование (по отраслям)

Ростов-на-Дону
2021


Методические указания по учебной дисциплине МДК. 02.01. Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям) разработаны с учетом ФГОС среднего профессионального образования специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям) и предназначены для студентов и преподавателей колледжа.

Методические указания определяют этапы выполнения работы на практическом занятии, содержат рекомендации по выполнению индивидуальных заданий и образцы решения задач, а также список рекомендуемой литературы.


Составитель (автор): А.В.Скорнякова, преподаватель колледжа ЭУП

Рассмотрены на заседании предметной (цикловой) комиссии специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям)

Протокол № 7 от 28 мая 2021 г

Председатель П(Ц)К специальности  Е.Н. Мошкова
и одобрены решением учебно-методического совета колледжа.

Протокол № 6 от 31 мая 2021 г

Председатель учебно-методического совета колледжа
 С.В.Шинаикова
личная подпись

Рекомендованы к практическому применению в образовательном процессе.

Содержание

1. Пояснительная записка;
2. Задания для самостоятельной работы обучающегося;
3. Критерии оценки самостоятельной работы обучающихся;
4. Примерные вопросы к экзамену;
5. Список используемой литературы.

1. Пояснительная записка

Внеурочные самостоятельные работы по МДК учебного плана являются важным этапом обучения студентов, способствующим формированию навыков самостоятельного научного и практического подхода к освоению учебного материала.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

- обобщения, систематизации, закрепления, углубления и расширения полученных знаний и умений;
- формирования умений поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного роста;
- развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности профессионального мышления, способности к профессиональному личностному развитию, самообразованию и самореализации;
- формирования умений использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

Выполнение внеудиторных самостоятельных работ регламентируется учебным планом специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям) составляет по МДК 02.01 «Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)» - 21 час.

Внеудиторные самостоятельные работы выполняются в течение изучения МДК 02.01 «Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)».

Пособие содержит методические указания по выполнению внеудиторной самостоятельной работе, в процессе которых студенты должны закрепить теоретические знания и приобрести умения необходимые для решения конкретных задач по организации и управлению торгово-сбытовой деятельностью.

Виды заданий, применяемых для внеудиторной самостоятельной работы:

- для овладения знаниями (презентация текста, использование компьютерной техники и Интернета)
- для закрепление и систематизации знаний (подготовка сообщений, докладов)
- для формирования умений (составление схем).

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов проходит в письменной или устной формах, с представлением продукта творческой деятельности студента.

Результативность внеаудиторной самостоятельной работы студентов оценивается путем проверки сообщений, докладов и других видов работ с подведением итога в течение семестра.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентами учебного материала;
- уровень сформированности умений студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень сформированности умений студента активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующую информацию, изучать ее и применять на практике;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций.

Содержание заданий соответствует требованиям рабочей программы МДК 02.01 «Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)».

1. Самостоятельные работы студентов по МДК 02.01.

«Планирование и организация продаж в страховании (по отраслям)»

Тема 1.1. Сущность и структура страхового рынка. Сегментация страхового рынка и позиционирование клиента..- 10 час.

- 1. Задание (5 часов):** Подготовить презентацию. «Перспективы развития страхового рынка»

Цель: изучение страхового рынка. Сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации на страховом рынке

Порядок выполнения задания:

Содержание презентации: понятие и структура страхового рынка, современное состояние страхового рынка, перспективы развития рынка страховых услуг России, тенденции и перспективы развития страхового дела за рубежом, краткая характеристика страховых рынков ведущих стран, проблемы в страховании

Форма контроля: Проверка презентации

Источники информации:

Электронный ресурс: Щербаков В. А. Страхование: учебное пособие/В. А. Щербаков, Е. В. Костяева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2017. – 321 с. Стр. 227-234, 240-245, 248-263

Ивасенко А.Г.

Страхование: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — М. : КНОРУС, 2017. — 320 с. Стр. 227-253

Интернет-ресурсы:

http://www.reglament.net/ins/prod/2017_1_article.htm

2. **Задание(3 часа):** Подготовить схему «Принципы планирования страховых продуктов».

Цель: изучение сущности, элементов и назначение стратегического планирования в страховой организации.

Порядок выполнения задания:

Схема оформляется в компьютерном виде. В схеме отразить взаимосвязь принципов планирования: конкретность, гибкость, соизмеримость, совместимость, динамичность, достижимость и другие.

Форма контроля: Проверка схемы

Источники информации:

Материалы лекции «Принципы планирования реализации страховых продуктов».

Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 503 с. Стр. 173

Интернет- ресурсы:

http://www.reglament.net/ins/prod/2017_1_article.htm

3. Задание (2 часа): Подготовить доклад «Методы анализа рынка страхования»

Цель: сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации на страховом рынке..

Порядок выполнения задания:

Содержание доклада: понятие «исследование рынка страхования», принципы исследования, методы познания, критерии классификации исследования рынка, виды информации, преимущества и недостатки методов получения информации о страховщиках-конкурентах.

Форма контроля: Проверка доклада

Источники информации:

Интернет – ресурсы: <http://www.insmarketing.ru/publikacii/119-2011-12-19-17-29-02>

Тема 1.2. Сущность и характеристика маркетинговых стратегий и технологическая последовательность бюджетирования в страховой организации. 11 час .

1. Задание (5 часов): Подготовить презентацию «Организационные структуры розничных продаж страховой компании»

Цель: изучение сущности, элементов и функции бюджетирования в страховой организации.

Порядок выполнения задания:

Содержание презентации: понятие организационной структуры, принципы организационной структуры страховой компании, особенности организационной структуры акционерной страховой компании, особенности организационной структуры страховой организации с филиальной сетью, особенности матричной структуры страховой компании, особенности организационной структуры страховой компании на основе мобильной группы

Форма контроля: Проверка презентации

Источники информации:

Материалы лекции «Организационные структуры розничных продаж страховой компании»

Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 503 с. Стр. 49-59

Интернет-ресурсы Интернет-ресурсы:

http://www.reglament.net/ins/prod/2017_1_article.htm

2. **Задание(3 часа):** Подготовить схему «Классификация технологий продаж страховой компании»».

Цель: изучение маркетинговых факторов ценообразования..

Порядок выполнения задания:

Схема оформляется в компьютерном виде. В схеме отразить варианты структуры каналов распределения для массовых страховых продуктов с пояснением, этапы продвижения и факторы определения каналов продвижения страховых продуктов.

Форма контроля: Проверка схемы

Источники информации:

Материалы лекции «Классификация технологий продаж в розничном страховании»

Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 503 с. Стр. 277-279

3. Задание (3 часа): Подготовить доклад «Основы формирования ассортимента страховых продуктов в страховании»

Цель: сбор и анализ информации при исследовании потребительской мотивации на страховом рынке..

Порядок выполнения задания:

Содержание доклада: понятие ассортиментной товарной политики страховой компании, стадии жизненного цикла страховых продуктов, этапы разработки нового и модернизации действующего страхового продукта.

Форма контроля: Проверка доклада

Источники информации:

Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 509 с. Стр. 280-316

Интернет – ресурсы:

<http://www.insmarketing.ru/publikacii/119-2011-12-19-17-29-02>

2. Критерии оценки самостоятельной работы обучающихся

Оценка «5» ставится тогда, когда:

1. Обучающийся свободно применяет знания на практике;
2. Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала;
3. Обучающийся выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы;
4. Обучающийся усваивает весь объем программного материала; Материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями;

Оценка «4» ставится тогда когда:

1. Обучающийся знает весь изученный материал;
2. Отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя;
3. Обучающийся умеет применять полученные знания на практике;
4. В условных ответах не допускает серьезных ошибок, легко устраняет определенные неточности с помощью дополнительных вопросов преподавателя;
5. Материал оформлен недостаточно аккуратно и в соответствии с требованиями;

Оценка «3» ставится тогда когда:

1. Обучающийся обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных дополняющих вопросов преподавателя;
2. Предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера и испытывает затруднения при ответах на воспроизводящие вопросы;
3. Материал оформлен не аккуратно или не в соответствии с требованиями;

Оценка «2» ставится тогда когда:

1. У обучающегося имеются отдельные представления об изучаемом материале, но все, же большая часть не усвоена;
2. Материал оформлен не в соответствии с требованиями;

3. Задания к дифференцированному зачету.

вопросы к зачету МДК 02.01

1. Анализ основных показателей страхового рынка. Перспективы развития страхового рынка
2. Анализ страховых премий (взносов) по прямому страхованию и перестрахованию, выплат по прямому страхованию и перестрахованию как в целом по страховому рынку, так и по отраслям и формам.

3. Анализ по количеству страховых компаний и величине уставного капитала
4. Макроэкономические индикаторы развития рынка страхования
5. Место России в мировом страховом рынке.
6. Инвестиционная привлекательность российского страхового рынка.
7. Основные тенденции развития отраслей российского страхового рынка
8. Характеристика региональной структуры страхового рынка.
9. Оценка размера реального страхового рынка в РФ
10. Маркетинговые подходы в формировании клиентоориентированной модели розничных продаж
11. Современные концепции маркетинга и их практическое применение в деятельности страховых компаний
12. Содержание транзакционного бизнес-процесса «маркетинга» в страховой компании и его практическое применение
13. Сущность и преимущества маркетинга взаимоотношений.
14. Создание единой базы данных клиентов в страховой компании.
15. Персонализированный учет клиентов и персонализированное общение с клиентом в клиентоориентированной страховой компании.
16. Формирование сегмента лояльных клиентов и внедрение программ лояльности.
17. Экономическая эффективность работы в клиентоориентированной страховой компании с лояльными клиентами
18. Признаки клиентоориентированности страховой компании в маркетинге.
19. Порядок формирования продуктовой стратегии.
20. Стратегический план продаж страховых продуктов
21. Роль и место продаж в страховой компании.
22. Содержание процесса продаж в страховой компании и проблемы в сфере розничных и корпоративных продаж.
23. Логика разработки стратегии продаж в общей модели стратегического управления страховой компанией.

24. Маркетинговая стратегия продаж. Определение целевых клиентских сегментов.
25. Формирование продуктовой стратегии.
26. Формирование стратегии развития каналов продаж.
27. Ценовая стратегия в области розничных и корпоративных продаж.
28. Стратегия развития сбытовой сети розничных продаж.
29. Прогноз открытия точек продаж и роста количества продавцов
30. План роста производительности сбытовой сети.

3. Общие требования к оформлению отчетов по внеаудиторной самостоятельной работе.

Оформление доклада

Доклад – это вид самостоятельной работы студентов, заключающийся в разработке студентами темы на основе изучения литературы и развернутом публичном сообщении по данной проблеме.

Отличительными признаками доклада являются:

- передача в устной форме информации;
- публичный характер выступления;
- стилевая однородность доклада;
- четкие формулировки и сотрудничество докладчика и аудитории;
- умение в сжатой форме изложить ключевые положения исследуемого вопроса и сделать выводы.

Этапы подготовки доклада:

1. Определение цели доклада (информировать, объяснить, обсудить что-то (проблему, решение, ситуацию и т.п.).
2. Подбор для доклада необходимого материала из литературных источников.
3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.
4. Композиционное оформление доклада в виде машинописного текста и электронной презентации.

5. Заучивание, запоминание текста машинописного доклада.

6. Репетиция, т.е. произнесение доклада с одновременной демонстрацией презентации.

Общая структура доклада

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Вступление.

- Формулировка темы доклада (она должна быть не только актуальной, но и оригинальной, интересной по содержанию).

- Актуальность выбранной темы (чем она интересна, в чем заключается ее важность, почему учащимся выбрана именно эта тема).

- Анализ литературных источников (рекомендуется использовать данные за последние 5 лет)

Основная часть.

Состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему.

Возможно использование иллюстрации (графики, диаграммы, фотографии, карты, рисунки) Если необходимо, для обоснования темы используется ссылка на источники с доказательствами, взятыми из литературы (цитирование авторов, указание цифр, фактов, определений).

Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер.

Заключение.

Подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Требования к оформлению доклада.

Объем машинописного текста доклада должен быть рассчитан на произнесение доклада в течение 7 -10 минут (3-5 машинописных листа текста с докладом). Поэтому при подборе необходимого материала для доклада отбирается самое главное. В докладе должны быть кратко отражены главные моменты из введения, основной части и заключения. При подготовке конспекта доклада

необходимо составить не только текст доклада, но и необходимый иллюстративный материал, сопровождающий доклад (основные тезисы, формулы, схемы, чертежи, таблицы, графики и диаграммы, фотографии и т.п.).

Не редко, перед выступлением докладчик испытывает волнение, что, несомненно может повлиять на успешность выступления. Самый надежный способ справиться с волнением перед докладом - это хорошо подготовиться, прорепетировать выступление накануне. Необходимо выучить текст доклада наизусть и произнести доклад 2-3 раза с одновременной демонстрацией слайдов. Проследить, чтобы время доклада не превышало 7 - 10 минут.

Продумать, в какой последовательности и с какими словами Вы будете комментировать слайды презентации. Тщательно отрепетировать способы связи разных частей доклада, чтобы при переходе от слайда к слайду или от описания методик к результатам исследования не было фраз типа: "Ну... вот..." или "Э-э-э-э", или пауз.

Оформление печатного текста доклада

Текст доклада должен быть набран в редакторе Microsoft Word версий 97-2007 и позднее и распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой бумаги форматом А4 (210 на 297мм).

Основной текст: шрифт Times New Roman - 14, без переноса слов, междустрочный интервал полуторный, выравнивание по ширине.

Поля: слева - 3 см, сверху – 2 см, справа - 2 см, внизу - 2 см, абзацный отступ – 1,25 см.

Заголовки первого порядка: обозначаются римскими цифрами, набираются все заглавными буквами, по центру, без отступа и точки на конце; шрифт 18, полужирный.

Заголовки второго порядка по центру, без отступа, арабские цифры, без точки, с заглавной буквы, далее строчными буквами; шрифт 16, полужирный.

Оформление схемы

Схема - чертеж, изображающий систему устройство чего-нибудь или взаимоотношение частей чего-нибудь.

«Сжатие» и визуализация учебной информации технологически может быть достигнута разными методическими приемами и соответственно этому известны разнообразные схемно-знаковые модели представления знаний. В качестве примера приведем наиболее популярные формы представления учебной информации.

1. Продукционная модель представляет собой набор правил или алгоритмических предписаний для представления какой-либо процедуры решения. Если обычная инструкция состоит из нескольких, а иногда и большого количества правил (продукций), то продукционная модель сводит их в одну визуальную композицию со всеми связями и разветвлениями (рис 1 и 2).

Рис 1 Продукционная модель

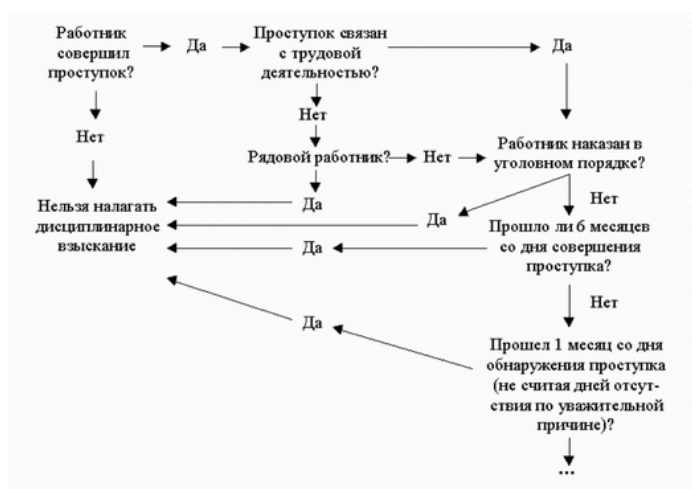
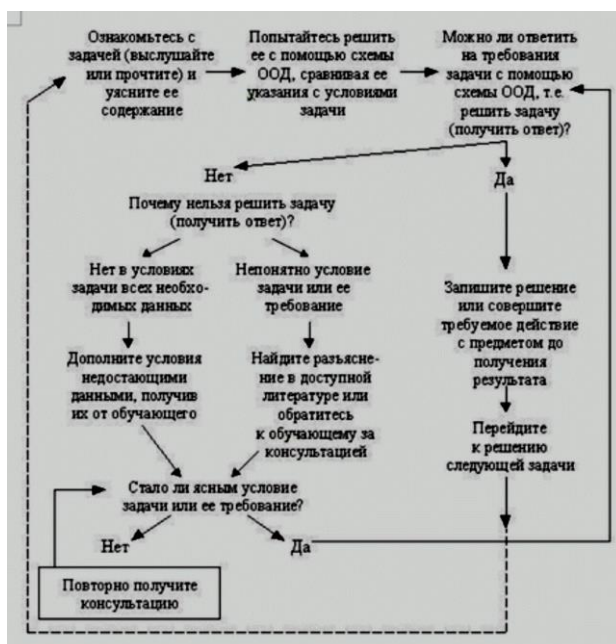


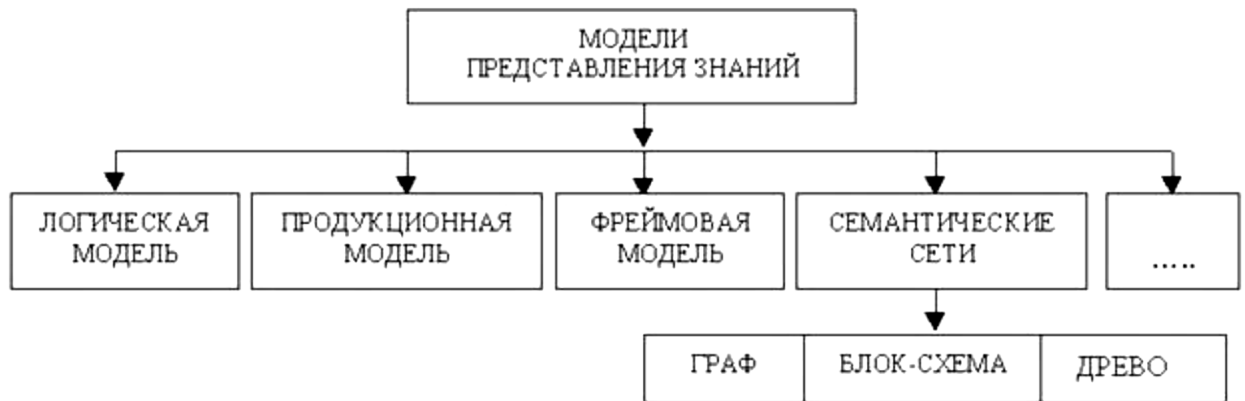
Рис 2 Продукционная модель



2. Модель семантической сети. Как правило, используется для раскрытия объема понятия, то есть тех разновидностей, которые характеризуют данный

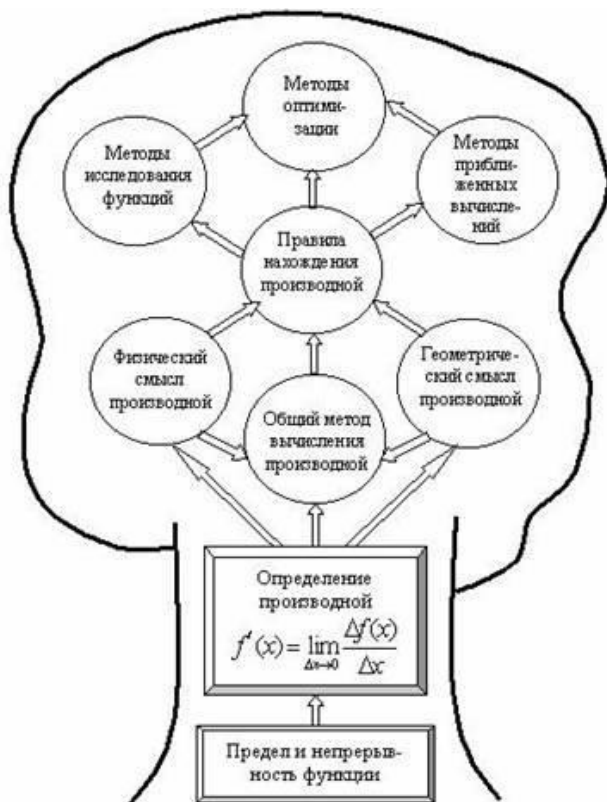
предмет. Примером семантической сети могут служить формально-логические приемы отражения блоков информации большого масштаба. Блок-схемы также являются разновидностями семантических сетей. По мере их построения не только расширяется объем понятия, но и устанавливаются межпонятийные связи с выше, ниже, рядом стоящими понятиями. На рисунке 3 приведена семантическая сеть моделей представления знаний.

Рис 3



3. Когнитивно-графические элементы «Древо» и «Здание» строятся по принципу блок-схем. Здесь важна последовательность основных компонентов в изучаемой теории: основание - ядро - приложение. В основании, как правило, представлены опорные понятия, факты, способы действий, актуализация которых необходима для изучения ее ядра (рис 4).

Рис 4



4.Схемоконспект или конспект-схема может рассматриваться как частный случай фреймовой модели. По периметру схемы располагаются блоки, отражающие: внешнее описание объекта изучения; взаимодействие его с окружающим миром; внутренние механизмы, процессы, гипотезы; применение теории в практике. В центре схемы расположен блок с указанием на нерешенные в данной области проблемы. Расположение блоков в конспект - схеме изображено на рисунке 6.

Рис 5



Оформление презентации

Мультимедийная презентация – это программа, которая может содержать текстовые материалы, фотографии, рисунки, слайд-шоу. Звуковое оформление и дикторское сопровождение, видеофрагменты и анимацию, трехмерную графику.

Презентация позволяет повысить успешность занятий с использованием демонстрационных средств и повысить вероятность убеждения аудитории.

Рекомендации по составлению презентации.

1. Структура материалов в электронном виде

- Титульный слайд;
- Информационные слайды;
- Завершающий слайд.

В титульном слайде указываются:

- Тема доклада, которая должна полностью соответствовать теме;
- Фамилия, имя составителя;

Информационные слайды могут содержать диаграммы и графики, также текстовые, табличные. Графические материалы, предназначенные для более четкого восприятия аудиторией информации, излагаемой в докладе. Выбор типа информации, схем структурирования данных, очередности их изложения осуществляется непосредственно докладчиком. Завершающий слайд содержит те же данные, что и титульный слайд.

2. Формат слайдов

- Параметры страницы
- Размер слайдов - экран
- Ориентация – альбомная
- Ширина – 24 см
- Высота – 18 см
- Нумерация слайдов с №1
- Формат выдачи слайдов – «Презентация на экране»
- Графический и текстовый материал размещаются на слайдах так, чтобы слева и справа оставалось использованное поле шириной не менее 0,5 см.

3. Оформление слайдов

- Рекомендуется использовать светлый фон слайдов

- Используемые шрифты Times New Roman, Arial, Arial Narrow.
- Начертания: обычный, курсив, полужирный
- Цвет и размер шрифта должен быть подобран так, чтобы все надписи отчетливо читались на выбранном поле слайда

3. Рекомендуемые размеры шрифтов.

вид объекта размер шрифта

заголовок слайда 22-28 pt

подзаголовок 20-24 pt

текст 18-22 pt

подписи данных в диаграммах 20-24 pt

подписи осей в диаграммах 18-22 pt

заголовки осей в диаграммах 18-22 pt

шрифт легенды 16-22 pt

номер слайдов 14-16 pt

информация в таблицах 18-22 pt

4. Диаграммы.

- Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процес-сора MS Excel.

- Для вывода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных)

- Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическим редактором диаграммы

- Структурные диаграммы готовятся с помощью стандартных средств рисования пакета MS Office.

- Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице.

5. Таблицы.

- Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MS Word или табличного процессора MS Excel.

- При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt.

- Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

5. Анимация объектов и переход слайдов.

- В титульном и завершающем слайдах использовать анимацию объектов не до-пускается

- В информационных слайдах допускается использование анимации объектов только в случае, если это необходимо для отражения изменений, происходящих во временном интервале, и если очередность анимирования объектов соответствует структуре доклада. В остальных случаях использование анимации не допускается

- Анимация объектов должна происходить автоматически по истечении необходимого времени. Анимация объектов по «щелчку» не допускается.

- Для смены слайдов используется режим «вручную». Переход слайдов в режиме «по времени» не допускается . Разрешается использование стандартных эффектов перехода, кроме эффектов «жалюзи», «шашки», «растворение», «горизонтальные полосы». Для всех слайдов применяется однотипный эффект перехода.

- Звуковое сопровождение анимации объектов и перехода слайдов не используется.

- Включение макросов в материалы не допускает

Литература:

1. Ивасенко А.Г. Страхование: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — М. : КНОРУС, 2014. — 320 с. Стр. 227-253
2. Страховой маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Н. Н. Никулина, Л. Ф. Суходоева, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 503 с.
3. Страховой менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Коммерция», «Антикризисное управление» / Н. Н. Никулина, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 703 с.
4. Электронный ресурс: Щербаков В. А. Страхование: учебное пособие/В. А. Щербаков, Е. В. Костяева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2017. – 321 с. Стр. 227-234, 240-245, 248-263
5. Материалы лекций «Формы плана продаж», «Виды плана продаж», «Принципы планирования реализации страховых продуктов», «Взаимосвязь плана

продаж и бюджета продаж, методы их разработки», «Принципы построения клиентоориентированной модели розничных продаж», «Классификация технологий продаж в розничном страховании», «Организационные структуры розничных продаж страховой компании»

6. Интернет-ресурсы:

http://www.reglament.net/ins/prod/2007_1_article.htm

http://www.aup.ru/books/m235/1_3.htm <http://www.insmarketing.ru/publikacii/119-2011-12-19-17-29-02>

http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/RBP_bank.htm

ПРИЛОЖЕНИЕ А



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ДГТУ)**

Колледж экономики управления и права

ДОКЛАД

на тему **СОСТАВ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СТРАХОВЩИКА**

Автор работы _____ И.И.Иванов

(подпись)

Специальность: 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Работа оценена

(подпись)

(оценка)

преподаватель, А.В.Скорнякова

Ростов-на-Дону
201