**Вопросы по квалификационному экзамену профессионального модуля ПМ. 02 Организация продаж страховых продуктов**

**специальности Страховое дело**

1. Сущность, содержание и структура страхового рынка

2. Коэффициенты ликвидности и финансовой устойчивости.

3. Функции страхового рынка

4. Анализ эффективности центральных и региональных продаж

5. Роль и значение планирования в экономике

6. Качественные показатели эффективности каналов продаж

7. Принципы и методы планирования в страховой деятельности

8. Влияние продаж на финансовое состояние страховой компании.

9. Формы планирования и виды планов

10. Принципы стратегического учета, его содержание и формы

11. Состав доходов страховщика

12. Организация внутрифирменного планирования

13. Состав расходов страховщика.

14. Варианты структуры страховых организаций

15. Основы бизнес-процессов: понятие и типология

16. Стратегические ключевые показатели деятельности страховой компании.

17. Планирование продаж. Принципы планирования продаж страховых продуктов

18. Классификация бизнес-процессов

19. Денежные потоки страховщика.

20. Технология построения бизнес-процессов в страховой компании

21. Страховой маркетинг. Понятие и функции маркетинга в сфере страхования

22. Видовая организационная структура розничных продаж страховой компании.

23. Концепция и этапы развития страхового маркетинга. Маркетинговая среда страховой организации

24. Канальная организационная структура розничных продаж страховой компании.

25. Маркетинговый комплекс в страховой организации

26. Продуктовая организационная структура розничных продаж страховой компании.

27. Виды и особенности каналов продаж

28. Направления страхового маркетинга и их эффективность

29. Качество страховой продукции: сущность, система оценки

30. Модели систем продаж страховой компании

31. Осуществление стратегического планирования продаж в страховании.

32. Средства продвижения страховых продуктов

33. Осуществление оперативного планирования продаж в страховании.

34. Основы актуарных расчетов.

35. Бюджет продаж страховщика

36. Показатели страховой статистики

37. Виды и методы анализа продаж в страховой деятельности

38. Технология продаж в розничном страховании: по продукту

39. Горизонтальный, факторный, трендовый, сравнительный анализ.

40. Принципы тарифной политики в страховании

41. Экспресс-анализ страхового рынка

42. Классификация видов страхования с точки зрения особенностей расчета нетто-ставок

43. Определение средних величин продаж: страховая сумма, количество договор страхования, страховая премия на один договор, взнос на один договор, нагрузка страхового агента, численность страховых агентов.

44. Расчет страховых тарифов по рисковым видам страхования

45. Анализ себестоимости продаж страховых продуктов

46. Основы определения страховых тарифов по страхованию жизни

47. Страховой портфель: структура страхового портфеля. Однородность страхового портфеля

48. Факторы, влияющие на стоимость страховой услуги

49. Виды и формы продвижения страховых продуктов

50. Число пунктов продаж, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика.

51. Формы реализация различных технологий продаж в страховой компании, анализ их эффективности

52. Обслуживание покупателей страховых продуктов, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика.

53. Реализация технологий посреднических продаж в страховой компании, анализ их эффективности

54. Охарактеризовать показатель средний платеж на один договор страхования.

55. Организация корпоративных продаж страховых продуктов, реализация технологий корпоративных продаж в страховой компании

56. Охарактеризовать показатель убыточности страховых операций

57. Анализ рентабельности продаж

58. Создание, организация системы поддержки продаж в страховой компании

59. Анализ планирования продаж: составление и расчет план-факта продаж. Контроль исполнения плановой сметы продаж.

60. Факторы выбора каналов продаж для страховой компании, прямые и посреднические каналы продаж