**Вопросы для квалификационного экзамена**

**по МДК 02.02 Планирование и организация продаж в страховании**

1.Необходимость проведения анализа в страховой деятельности

2.Пользователи информации

3.Основные показатели страхового рынка

4.Понятие, состав и структура информационных потоков в страховой деятельности

5.Финансовый менеджмент в страховании

6.Состав доходов страховщика

7.Состав расходов страховщика

8.Страховые риски

9.Планирование продаж. Принципы планирования продаж страховых продуктов

10.Денежные потоки страховщика

11.Ценовая политика страховщика

12.Управление продажами в страховой деятельности

13.Факторы, влияющие на продажи страховщика

14.Виды и особенности каналов продаж

15.Формы продаж страховых полисов. Процедура продаж страховых продуктов

16.Осуществление стратегического планирования продаж в страховании

17.Осуществление оперативного планирования продаж в страховании

18.Бюджет продаж страховщика

19.Виды и методы анализа продаж в страховой деятельности

20.Горизонтальный, факторный, трендовый, сравнительный анализ

21.Экспресс-анализ страхового рынка

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

23.Анализ себестоимости продаж страховых продуктов

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

25.Соотношение доходов и рисков страхового портфеля. Формирование рационального страхового портфеля

26.Анализ эффективности планирования продаж в страховой деятельности

27.Коэффициентный анализ эффективности продаж

28.Основные показатели эффективности продаж

29.Анализ рентабельности продаж

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

31.Коэффициенты ликвидности и финансовой устойчивости

32.Анализ эффективности центральных и региональных продаж

33. Качественные показатели эффективности каналов продаж

34.Влияние продаж на финансовое состояние страховой компании

35. Принципы стратегического учета, его содержание и формы.

36. Стратегический контроль в страховой компании.

37. Порядок организации стратегического контроля как важнейший элемент стратегического управленческого учета.

38. Стратегические ключевые показатели деятельности страховой компании.

39. Охарактеризовать меры, стимулирующие исполнение плана продаж.

40. Организационная структура розничных продаж страховой компании.

41. Видовая организационная структура розничных продаж страховой компании.

42. Канальная организационная структура розничных продаж страховой компании.

43. Продуктовая организационная структура розничных продаж страховой компании.

44. Смешанная организационная структура розничных продаж страховой компании.

45. Модели систем продаж страховой компании.

46. Сильные и слабые стороной централизованной и децентрализованной моделей системы продаж.

47. Модели центральных и региональных продаж.

48. Классификация технологий продаж в розничном страховании.

49. Технология продаж в розничном страховании: по продукту.

50. Технология продаж в розничном страховании: по уровню автоматизации.

51. Технология продаж в розничном страховании: по отношению к договору страхования.

52. Технология продаж в розничном страховании: по каналам продаж.

53. Каналы розничных продаж в страховой компании.

54. Показатели, характеризующие результаты работы системы продаж страховщика.

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

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

57. Охарактеризовать показатель средний платеж на один договор страхования.

58. Охарактеризовать показатель убыточности страховых операций.

59. Охарактеризовать показатель конкурентоспособность тарифов.

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