**Вопросы для сдачи квалификационного экзамена**

**по профессиональному модулю ПМ 02 Организация продаж страховых продуктов**

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

1. Сущность, содержание и структура страхового рынка.
2. Функции страхового рынка
3. Роль и значение планирования в экономике
4. Принципы и методы планирования на предприятии
5. Формы планирования и виды планов
6. Организация внутрифирменного планирования
7. Варианты структуры страховых организаций
8. Основы бизнес-процессов: понятие и типология
9. Классификация бизнес-процессов
10. Технология построения бизнес-процессов в страховой компании
11. Страховой маркетинг. Понятие и функции маркетинга в сфере страхования
12. Концепция и этапы развития страхового маркетинга. Маркетинговая среда страховой организации
13. Маркетинговый комплекс в страховой организации
14. Направления страхового маркетинга и их эффективность
15. Качество страховой продукции: сущность, система оценки
16. Средства продвижения страховых продуктов
17. Основы актуарных расчетов
18. Показатели страховой статистики
19. Принципы тарифной политики в страховании
20. Сущность и структура страхового тарифа
21. Классификация видов страхования с точки зрения особенностей расчета нетто-ставок
22. Расчет страховых тарифов по рисковым видам страхования
23. Основы определения страховых тарифов по страхованию жизни
24. Факторы, влияющие на стоимость страховой услуги
25. Доходы и расходы страховой компании
26. Виды и формы продвижения страховых продуктов
27. Формы реализация различных технологий продаж в страховой компании, анализ их эффективности
28. Реализация технологий посреднических продаж в страховой компании, анализ их эффективности
29. Организация корпоративных продаж страховых продуктов, реализация технологий корпоративных продаж в страховой компании
30. Создание, организация системы поддержки продаж в страховой компании

**МДК.02.02. Анализ эффективности продаж (по отраслям))**

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.