



Программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее - СПО) 38.02.02 Страхование (по отраслям) утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 833 от 28.07.2014 г.

Содержит общие положения по организации, составу, содержанию и порядке прохождения учебной практики. Рассмотрен процесс подготовки и написания отчёта по практике. Даны рекомендации оформления частей отчёта с раскрытием содержания каждой темы.

Организация-разработчик:

Частное образовательное учреждение профессионального образования  
Тульский техникум Экономики и управления

Разработчики:

Мареева Л.А., преподаватель ЧОУ ПО ТТЭУ

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ</b>	4
<b>2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ</b>	7
<b>3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ</b>	9
<b>4 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ</b>	10
<b>5. ТЕХНОЛОГИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ</b>	11
<b>6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ</b>	14

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Проведение практики направлено на закрепление полученных студентами теоретических знаний по профессиональному модулю ПМ.01. Реализация различных технологий розничных продаж в страховании, приобретение практического опыта и навыков самостоятельной работы.

**Цели и задачи учебной практики:** формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей образовательной программы СПО по основному виду профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики должен

***иметь практический опыт:***

- реализации различных технологий розничных продаж в страховании;

***уметь:***

- рассчитывать производительность и эффективность работы страховых агентов;
- разрабатывать агентский план продаж;
- проводить первичное обучение и осуществлять методическое сопровождение новых агентов;
- разрабатывать системы стимулирования агентов;
- рассчитывать комиссионное вознаграждение;
- осуществлять поиск страховых брокеров и финансовых консультантов и организовывать продажи через них;
- создавать базы по данным с информацией банков о залоговом имуществе и работать с ней;
- проводить переговоры по развитию банковского страхования;
- выбирать сочетающиеся между собой страховые и банковские продукты;
- обучать сотрудников банка информации о страховых продуктах, распространяемых через банковскую;
- разрабатывать и реализовывать программы по работе с сетевыми посредниками;
- оценивать результаты различных технологий продаж и принимать меры по повышению их качества;
- составлять проект бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- проводить маркетинговые исследования нового рынка на предмет открытия точек продаж;
- выявлять основных конкурентов и перспективные сегменты рынка;
- осуществлять продажи страховых продуктов и их поддержку;
- реализовывать технологии директ-маркетинга и оценивать их эффективность;
- подготавливать письменное обращение к клиенту;
- вести телефонные переговоры с клиентами;
- осуществлять телефонные продажи страховых продуктов;
- организовывать работу контакт-центра страховой компании и оценивать основные показатели его работы;
- осуществлять персональные продажи и методическое сопровождение договоров страхования;
- организовывать функционирование интернет-магазина страховой компании;
- обновлять данные и технологии интернет-магазинов;
- контролировать эффективность использования интернет-магазина;

***знать:***

- способы планирования развития агентской сети в страховой компании;

- порядок расчета производительности агентов;
- этику взаимоотношений между руководителями и подчиненными;
- понятия первичной и полной адаптации агентов в страховой компании;
- принципы управления агентской сетью и планирования деятельности агента;
- модели выплаты комиссионного вознаграждения;
- способы привлечения брокеров;
- нормативную базу страховой компании по работе с брокерами;
- понятие банковского страхования;
- формы банковских продаж: агентские соглашения, кооперация, финансовый супермаркет;
- сетевых посредников: автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы;
- порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников;
- теоретические основы разработки бизнес-плана открытия точки розничных продаж;
- маркетинговый анализ открытия точки продаж;
- научные подходы к материально-техническому обеспечению и автоматизации деятельности офиса розничных продаж страховой компании;
- содержание технологии продажи полисов на рабочих местах;
- модели реализации технологии директ-маркетинга: собственную и аутсорсинговую;
- теоретические основы создания базы данных потенциальных и существующих клиентов;
- способы создания системы обратной связи с клиентом;
- психологию и этику телефонных переговоров;
- предназначение, состав и организацию работы с базой данных клиентов, ИТ-обеспечение и требования к персоналу контакт-центра страховой компании;
- особенности управления персоналом контакт-центра в процессе текущей деятельности;
- продажи страховых услуг по телефону действующим и новым клиентам;
- аутсорсинг контакт-центра;
- способы комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж;
- принципы создания организационной структуры персональных продаж;
- теоретические основы организации качественного сервиса по обслуживанию персональных клиентов на этапах продажи страховой услуги;
- факторы роста интернет-продаж в страховании;
- интернет-магазин страховой компании как основное ядро интернет-технологии продаж;
- требования к страховым интернет-продуктам;
- принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.

Учебная практика проводится в течение 2 недель в учебном заведении. Задача учебной практики заключается в обобщении материалов, накопленных студентами в процессе изучения профессионального модуля.

План работы выдается студенту руководителем учебной практики.

Ответственный за организацию и проведение практики преподаватель:

- осуществляет организационное и методическое руководство учебной практикой студентов и контроль ее прохождения;
- обеспечивает выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики;
- разрабатывает программу учебной практики, учебно-методическую документацию;
- организует занятия и консультации для студентов в период практики;

- по окончании практики принимает отчет о выполнении программы практики, и ставит оценку.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **Виды работ:**

1. Проведение маркетинговых исследований
2. Разработка и координация исследовательских проектов
3. Установление контактов с потенциальными клиентами
4. Подготовка и презентация страховых продуктов для клиентов
5. Мониторинг уровня обслуживания клиента и осуществление мероприятий по увеличению кросс-продаж

### **3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Учебно-методическое руководство и организация учебной практики студентов осуществляется руководителем практики от техникума.

Научно-методическое руководство практикой на предприятии осуществляет преподаватель техникума.

Руководитель практики должен:

- в соответствии с программой практики утвердить план работы каждого студента;
- консультировать студентов по вопросам практики и составления отчетов о проделанной работе;
- проверять качество работы студентов и контролировать выполнение ими планов практики;
- по окончании практики оценить работу практиканта составленный им отчет.

Отчет по учебной практике должен содержать раскрытие общих задач практики. Объем отчета должен составлять 10 - 15 страниц печатного текста. Работа должна быть написана разборчиво, без помарок, на листах формата А4, в компьютерном исполнении: шрифт 14, Times New Roman, полуторный интервал. Поля: верхнее и нижнее – 2 см., правое – 1 см., левое – 3 см. Выравнивание текста – по ширине, без отступов. Абзац – 1,25 см. Междустрочный интервал – 1.5 см.

Студент, не выполнивший программу учебной практики, получивший отрицательный отзыв о работе не допускается к защите отчета и получает неудовлетворительную оценку.



#### **4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Раздел 1. Посреднические продажи страховых продуктов (по отраслям)

Тема 1.1. Продажа страховых продуктов. Агентские продажи.

Тема 1.2. Брокерские продажи и продажи финансовыми консультантами.

Тема 1.3. Технологии банковских продаж.

Тема 1.4. Технологии сетевых посреднических продаж.

Раздел 2. Прямые продажи страховых продуктов (по отраслям)

Тема 2.1. Технологии прямых офисных продаж.

Тема 2.2. Технологии продаж полисов на рабочих местах.

Тема 2.3. Директ-маркетинг как технология прямых продаж.

Раздел 3. Интернет-продажи страховых полисов (по отраслям).

Тема 3.1. Технологии телефонных продаж.

Тема 3.2. Реализация технологий интернет-маркетинга в розничных продажах.

Тема 3.3. Технологии персональных продаж в розничном страховании.

Оформление отчета

Защита отчета

## 5. ТЕХНОЛОГИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 1. Проведение маркетинговых исследований

Цель: овладение навыками сбора маркетинговых данных для исследования деятельности страховых компаний.

#### Практическая работа 1

Провести маркетинговый анализ работы страховых компаний на страховом рынке города.

Алгоритм выполнения задания:

1. Выбрать Интернет-источники (Интернет-сайты страховых организаций) получения необходимой информации.

2. Собрать информацию о страховых компаниях, представленных в городе. Составить таблицу (таблица 1), в соответствии с рейтингом страховых компаний и количеством филиалов/точек продаж.

В таблице следует указать: наименование компании, фактический адрес, контактный телефон, местонахождение центра урегулирования убытков, финансовую устойчивость страховой компании, рейтинг надежности, количество филиалов (сеть), представительство, год организации компании, перестраховщика, а также указать: имеет ли компания разрешение (лицензию) на накопительное страхование жизни, указать среднюю стоимость полиса КАСКО и полиса накопительного страхования жизни (возраст клиента усреднить в пределах 30-35 лет)).

Таблица 1 - Страховые компании страхового рынка города

Наименование страховой компании, адрес, телефон, сайт	Рейтинг надежности страховой компании	Размер уставного капитала	Количество филиалов, дополнительных офисов	Год организации	...
1.					

3. Выбрать из составленного списка таблицы 1 для целевого анализа страховую компанию. Изучить и описать её конкурентов (для анализа выбрать 10 страховых компаний-конкурентов). Определить главную продуктовую линейку и продукты локомотивы.

4. Найти и проанализировать статистическую информацию о спросе и предложении на страховые продукты.

5. Сделать выводы и рекомендации на основе проведенного маркетинг анализа страхового рынка области по выбранной страховой компании.

#### Практическая работа 2.

Изучить и проанализировать работу Интернет – магазина страховой компании, определение места Интернет продаж в общем плане продаж страховой компании.

Алгоритм выполнения задания:

1. Изучить и проанализировать Интернет-сайты страховых организаций.

2. Проанализировать степень удобства работы сайтов для страхователей на основании их отзывов.

3. Разработать сценарий работы страховой компании при продаже через Интернет, включающий план работы Web- сайта, Call-центра, обслуживающих программ.

4. Исследовать техники планирования объема продаж страховых продуктов через Интернет-магазин.

5. Определить каков процент Интернет-продаж в страховом портфеле страховой компании, используя открытую отчетность страховой компании. Построить диаграмму.

6. Изучить и провести анализ целевой Интернет – аудитории, обращая внимание на продукты-локомотивы и отзывы.
7. Объяснить принципы работы автоматизированных калькуляторов для расчета стоимости страхового продукта потребителем.
8. Дать характеристику к требованиям продаж страховых продуктов через Интернет.

## **2. Разработка и координация исследовательских проектов**

Цель: овладение различными методами проектного исследования и анализа реализации технологий розничных продаж в страховании.

### **Практическая работа 1.**

Сравнить методы анализа, прогнозирования, проектирования в страховании. Провести исследования и оценку эффективности продаж по сегментам потребителей страховых услуг.

Алгоритм выполнения задания:

1. Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками
2. Проанализировать и сравнить все технологий продаж страховых продуктов с описанием клиентских сегментов и каналов продаж.
3. На основании анализа, проведенного в заданиях 1 и 2 выбрать вид страхования (страховой продукт). Определить агентский канал реализации страховой услуги.
4. Описать, какие проекты по увеличению продаж запускают страховые компании и какие исследования (анкета, опрос, фокус-группы и пр.) среди он-лайн покупателей проводят страховые компании. Объяснить степень захвата потребительской аудитории с учетом сегментов.
5. Создать фокус-группу (в составе 5 - 9 человек) и исследовать её уровень удовлетворенности, лояльности к предложенным вами каналам продаж и продуктам-локомотивам, выявить проблемы, дать оценку и предложить пути решения выявленных проблем.
6. Используя анкеты холодных контактов разработать план КРІ на неделю. Данные внести в таблицу.
7. Предложить проект работы предполагаемой точки продаж с описанием наиболее эффективных каналов и продуктов локомотивов. В проекте описать все существенные факторы, влияющие на деятельность точки продаж страховых продуктов.
8. Разработать бизнес-план открытия точки розничных продаж, используя маркетинговые исследования, проведенные в задании 1 и теоретические основы разработки бизнес-плана.

### **Практическая работа 2.**

Проанализировать комбинирование директ-маркетинга и телефонных продаж страховых продуктов. Проанализировать принципы создания организационной структуры персональных продаж страховой компании.

Алгоритм выполнения задания:

1. Самостоятельно задать критерии для анализа рабочей ситуации на основе смоделированной и обоснованной идеальной ситуации.
2. Оценить результаты деятельности по заданным показателям. Исследования провести с использованием информации размещенной в СМИ, научной литературе и на основе исследовательских работ ученых, работающих в области страхового дела.
3. На основании исследования, провести анализ преимуществ и недостатков работы контакт – центра выбранной страховой компании.
4. Исследовать на качественные и количественные показатели технологии комбинирования директ-маркетинга и телефонных продаж страховых продуктов.

### **3. Установление контактов с потенциальными клиентами**

Цель: создание базы данных потенциальных и существующих клиентов

#### Практическая работа 1.

Создать клиентскую базу данных по предложенному алгоритму.

Алгоритм выполнения:

1. Разработать анкету потребностей.
2. Разработать схему по работе с различными категориями клиентов. Описать сегменты, возможные типы поведения клиентов в них при продажах, работе с возражениями.
3. Разработать скрипты по сегментам клиентов. Отработать предполагаемые возражения.
4. На основании анкеты разработать план KPI (ключевых показателей эффективности). Внести данные, сформировать в плане схему обратной связи с клиентом: встреча, пролонгация, кросс-продажа и пр.
5. Оформить план в любом из IT- приложений в виде таблицы или таблицы - отклика (world, Excel и пр.) при запросе необходимой информации о клиенте.

#### Практическая работа 2.

Используя системы или программы сбора и обработки данных сформировать базу данных клиентов страховой компании с учетом их характеристик (новые, пролонгация – безубыточный, пролонгация - убыточный, кросс-продажа и пр.)

Алгоритм выполнения задания:

1. На основании полученных данных о клиентах, сформировать базу данных.
2. Для повторной встречи с клиентом предложить клише (скрипт) приглашения с учетом возможных возражений и сценарий поведения менеджера по продажам.
3. Данные о клиентах сформировать в базу данных с обратной связью, внести данные: страховую сумму, премии.

### **4. Подготовка и презентация страховых продуктов для клиентов**

Цель: презентации страхового продукта

#### Практическая работа 1.

Составить обращение к клиенту с предложением сотрудничества, включая знакомство с компанией и её продуктами. Предложить клиенту оставить отзыв на предложение.

Алгоритм выполнения задания:

1. Составить текст письма-обращения к клиенту с показом финансовых решений (описание программы, её преимуществ, предоставление бонуса-малуса и пр.).
2. Подготовить презентацию-историю о страховой компании для клиента.
3. Подготовить презентацию о продуктах страховой компании.
4. В тексте предусмотреть анкету для обратной связи с клиентом.

### **5. Мониторинг уровня обслуживания клиента и осуществление мероприятий по увеличению кросс-продаж**

Цель: исследование содержания технологии продажи полисов на рабочих местах

#### Практическая работа 1.

Описать технологию продаж полисов на рабочих местах.

Объяснить факторы, влияющие на размер агентского вознаграждения.

Ответить на вопрос: какие стимулирующие мероприятия для повышения агентских (или посреднических) продаж применяют страховые компании.

Описать модели выплат комиссионного вознаграждения.

Алгоритм выполнения задания:

1. На основании первичных данных (отзывы, социальные сети, рекомендации и пр.) дать оценку уровня обслуживания клиента выбранной для исследования страховой компании. Предложить пути совершенствования уровня обслуживания.
2. Перечислить факторы, влияющие на размер агентского вознаграждения.
3. Описать способы планирования развития агентской сети в страховой компании.
4. Объяснить порядок расчета производительности агентов.
5. Сравнить модели выплат комиссионного вознаграждения.
6. Объяснить смысл проведения кросс-продаж и влияние на эффективность выполнения общего плана продаж страховой компании.

Практическая работа 2.

Проанализировать продажу страховых продуктов по каналам продаж.

Алгоритм выполнения задания:

1. Описать сетевых посредников (автосалоны, почта, банки, организации, туристические фирмы, организации розничной торговли, загсы и пр.).
2. Дать анализ эффективности деятельности сетевых посредников исходя из объемов выполнения плана продаж по каждому каналу.
3. Объяснить порядок разработки и реализации технологий продаж полисов через сетевых посредников.
4. Построить диаграмму продаж страховых продуктов по каналам. Данные привести в процентном соотношении.

## 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

К защите отчета по учебной практике допускаются студенты, предоставившие руководителю практики:

- заполненный по всем разделам дневник практики;
- отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы.

Дневник практики является основным отчетным документом, характеризующим и подтверждающим прохождение студентом учебной практики, содержащий этапы текущей работы во время практики.

Отчет состоит из описания видов работ и первичных документов, а также учетных регистров, подтверждающих кассовые и банковские операции.

Отчет должен быть защищен студентом по окончании практики в соответствии с графиком. При оценке итогов практики принимается во внимание:

- полнота выполнения программы практики индивидуального задания; активность студента в процессе прохождения практики;
- правильность оформления студентами дневника и отчета по практике;
- ответы на вопросы в ходе защиты отчета.

Отчет по производственно-профессиональной практике оценивается: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценки «отлично» заслуживает отчет, в котором:

- полностью раскрыто содержание задания;
- текст излагается последовательно и логично;
- ответы на вопросы должны быть полными и развернутыми;
- приложены все необходимые первичные документы.

Отчет соответствует предъявляемым требованиям оформления.

Оценки «хорошо» заслуживает отчет, в котором содержание раскрыто достаточно полно, материал излагается последовательно, выполнен анализ документов. Отчет в основном соответствует предъявляемым требованиям к оформлению.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает отчет, в котором содержание раскрыто слабо и в неполном объеме. Материал излагается кратко, имеется много неточностей. Существуют нарушения в оформлении отчета.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает отчет, в котором очень слабо рассмотрены практические вопросы задания. Отчет выполнен с нарушениями основных требований к оформлению. Такой отчет должен быть полностью исправлен.

**Образец оформления титульного листа отчета по практике**



**Частное образовательное учреждение  
профессионального образования  
Тульский техникум Экономики и управления**

**ОТЧЁТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ  
ПМ.01 РЕАЛИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОЗНИЧНЫХ  
ПРОДАЖ В СТРАХОВАНИИ**

**место прохождения: ЧОУ ПО ТТЭУ**

**студента группы** \_\_\_\_\_

**специальности 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)**

**Руководитель практики от техникума** \_\_\_\_\_

должность (ФИО)

**Отчет сдан (дата, оценка)** \_\_\_\_\_

г. Тула 20\_\_

## Образец оформления дневника практики

### ДНЕВНИК УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

(фамилия, имя, отчество)

38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

ПМ.01 Реализация различных технологий розничных продаж в страховании

Дата начала и окончания работы	Краткое содержание выполненных работ	Отметка о выполнении
	Проведение маркетинговых исследований	
	Разработка и координация исследовательских проектов	
	Установление контактов с потенциальными клиентами	
	Подготовка и презентация страховых продуктов для клиентов	
	Мониторинг уровня обслуживания клиента и осуществление мероприятий по увеличению кросс-продаж	
	Оформление отчёта	
	Защита отчёта	

Руководитель практики \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, имя, отчество)