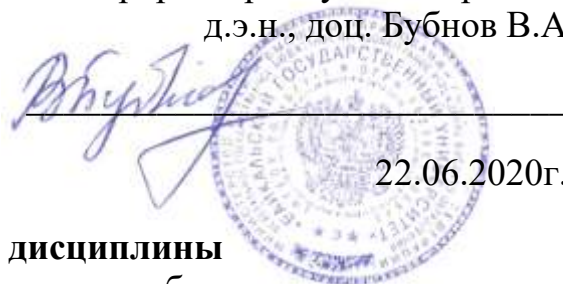


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

**Рабочая программа дисциплины**  
Б1.ДВ.13. Организация страхового бизнеса

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Финансы и кредит  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	41	41
Лекции (час)	28	0
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	16	58
Курсовая работа (час)	36	36
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)		
Экзамен (семестр)	41	41

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.01  
Экономика.

Автор Н.В. Кузнецова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
финансов и финансовых институтов

Заведующий кафедрой Т.В. Щукина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

## 1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системы знаний, умений и навыков, необходимых в области организации и управления страховой организацией, в том числе работы маркетинговых служб, и повышения эффективности её деятельности.

Основные задачи дисциплины:

- общих вопросов страхового менеджмента в страховых организациях;
- основных типов организационных структур страховых организаций;
- особенностей функционирования структурных подразделений страховой организации и основных субъектов страхового дела;
- основных принципов и методов управления страховой организацией;
- особенностей формирования стратегии организации страхового предприятия с учетом управления рисками ведения бизнеса;
- целей и составляющих страхового маркетинга;
- принципов организации маркетинговой службы в страховой организации;
- инструментов маркетинга, используемых в сфере страховых услуг;
- особенностей исследования страхового рынка и его сегментации;
- принципов формирования страховых продуктов, требований к их качеству;
- особенностей сбыта страховой продукции;
- коммуникативных связей страховых организаций;
- современных тенденций развития страхового маркетинга.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-3	способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами

### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	З. Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У. Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н. Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов

## 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Дисциплина по выбору.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Экономика организации", "Деньги, кредит, банки", "Статистика", "Финансы"

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	28	0
Практические (сем, лаб.) занятия	28	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	52	94
Всего часов	108	108

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

**Заочная форма обучения**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления	41		3	8		1. Выполнение тестового задания
2	Управление рисками ведения страхового бизнеса	41		2	8		2. Публичная защита презентации на тему "Моя страховая организация"
3	Внешнее и внутреннее регулирование страховой деятельности	41		1	8		3. Публичная защита доклада
4	Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса	41		2	8		4. Выполнение тестового задания
5	Особенности маркетингового исследования страхового рынка	41		4	8		5. Маркетинговое исследование страхового рынка России на современном этапе
6	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и	41		2	18		6. Публичная защита презентации на

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	предложения на рынок						тему "Представление собственного страхового продукта"
	ИТОГО			14	58		

#### Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления	41	6	6	2		1. Выполнение тестового задания
2	Управление рисками ведения страхового бизнеса	41	4	4	2		2. Публичная защита презентации на тему "Моя страховая организация"
3	Внешнее и внутреннее регулирование страховой деятельности	41	2	2	2		3. Публичная защита доклада
4	Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса	41	4	4	2		4. Выполнение тестового задания
5	Особенности маркетингового исследования страхового рынка	41	8	8	2		5. Маркетинговое исследование страхового рынка России на современном этапе
6	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок	41	4	4	6		6. Публичная защита презентации на тему "Представление собственного страхового продукта"
	ИТОГО		28	28	16		

#### 5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Страховое предприятие: основы	Основы создания страховой организации: регистрация юридического лица, учредительные документы,

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	создания и организации структуры управления	лицензирование. Особенности организации центрального аппарата страховой организации (на примере ООО и АО). Кадровая политика страховой организации.
2	Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления	Общие вопросы страхового менеджмента. Организационные структуры управления страховым предприятием.
3	Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления	Типы объединения страховых организаций: концерн, холдинг, синдикат, пул, саморегулируемые организации.
4	Управление рисками ведения страхового бизнеса	Риски страховой организации при ведении бизнеса. Диверсификация и секьюритизация как метод управления рисками при ведении страхового бизнеса.
5	Управление рисками ведения страхового бизнеса	Управление страховым портфелем страховой организации.
6	Внешнее и внутреннее регулирование страховой деятельности	Внешний надзор и контроль за страховой деятельностью. Внутреннее регулирование деятельности страховой организации.
7	Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса	Понятие и принципы, концепции маркетинга, его роль в развитии страхового бизнеса
8	Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса	Социально-ориентированный маркетинг в страховании. Маркетинговая стратегия и маркетинговое планирование страхового бизнеса.
9	Особенности маркетингового исследования страхового рынка	Принципы изучения потребительского поведения на страховом рынке.
10	Особенности маркетингового исследования страхового рынка	Параметры страхового рынка для целей маркетингового исследования.
11	Особенности маркетингового исследования страхового рынка	Сегментация страхового рынка. Методы исследования страхового рынка.
12	Особенности маркетингового исследования	Аналитический обзор развития страхового рынка: ключевые позиции развития рынка.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	страхового рынка	
13	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок	Страховой продукт: понятие, характерные особенности.
14	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок	Динамика страхового продукта и его жизненный цикл. Стратегия продвижения страховой продукции на рынок. Коммуникационная политика страховой организации. Управление имиджем страховой организации.

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	<p>Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления. Понятие страховой деятельности. Субъекты страхового дела и участники страховых отношений. Структура центрального аппарата страховой организации. Требования к руководящим должностям в страховой организации.</p> <p>Кадровый состав страховой организации. Подбор персонала. Особенности формирования кадровой политики в страховой организации. Должностные инструкции.</p> <p>Этапы создания страховой организации. Лицензирование страховой деятельности. Законодательные требования по размеру уставного капитала. Формирование системы целей страхового предприятия.</p> <p>Особенности ведения страхового бизнеса, его отличие от других видов предпринимательской деятельности.</p> <p>Принципы построения организационной структуры страхового предприятия, их преимущества и недостатки.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
1	<p>Страховое предприятие: основы создания и организации структуры управления. Понятие страхового менеджмента. Направления страхового менеджмента. Обязанности менеджера в страховой организации.</p> <p>Способы построения структуры управления в страховой организации, их преимущества и недостатки. Оптимальная структура управления в страховой организации.</p> <p>Программирование и прогнозирование страховой деятельности как элементы страхового менеджмента. Планирование деятельности страхового предприятия.</p> <p>Этапы организации процесса управления в страховой организации.</p> <p>Особенности анализа и контроля как составляющих системы управления.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
1	Страховое предприятие: основы создания и организации структуры

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	<p>управления. Способы реорганизации страховых организаций, их преимущества и недостатки. Этапы процедуры объединения страховых организаций.</p> <p>Партнеры и конкуренты страховой организации на рынке, формы взаимодействия с ними.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Тестирование</p>
2	<p>Управление рисками ведения страхового бизнеса. Классификация рисков страховой организации при ведении бизнеса. Методы управления рисками. Понятие диверсификации. Виды диверсификации, применяемые при управлении рисками страховщика.</p> <p>Понятие секьюритизации риска. Способы формирования базиса сделки. Секьюритизация как альтернатива перестрахованию.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
2	<p>Управление рисками ведения страхового бизнеса. Понятие страхового портфеля. Методы управления страховым портфелем. Характеристика сбалансированного страхового портфеля.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
3	<p>Внешнее и внутреннее регулирование страховой деятельности. Методы внешнего надзора и контроля за деятельностью страховщика.</p> <p>Государственное регулирование страховой деятельности. Функции органа страхового надзора. Способы внутреннего регулирования. Виды внутреннего контроля. Саморегулирование.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
4	<p>Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса. Взгляды ученых на понятие маркетинга. Роль и значение маркетинга в деятельности хозяйствующих субъектов.</p> <p>Маркетинг услуг как одно из направлений в теории маркетинга, его особенности. Инструменты маркетинга услуг.</p> <p>Понятие страхового маркетинга. Влияние маркетинга на развитие деятельности страховой организации. Классификация страхового маркетинга. Составляющие страхового маркетинга. Инструменты страхового маркетинга.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
4	<p>Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса. Особенности применения принципов социально-ориентированного маркетинга в страховом бизнесе. Определение стратегических маркетинговых задач страховщика. Планирование маркетинговой деятельности страховщика.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Тестирование.</p>
5	<p>Особенности маркетингового исследования страхового рынка. Нужды и потребности клиента. Модели потребительского поведения на страховом рынке.</p> <p>Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.</p>
5	<p>Особенности маркетингового исследования страхового рынка. Исследование</p>



№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	страхового рынка как одна из составляющих страхового маркетинга. Показатели, характеризующие развитие страхового рынка. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.
5	Особенности маркетингового исследования страхового рынка. Понятие сегментации рынка. Техническая и маркетинговая сегментация страхового рынка. Принципы сегментации рынка: по географическому положению, социальному статусу, демографическим переменным и другие. Количественные и качественные исследования страхового рынка. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.
5	Особенности маркетингового исследования страхового рынка. Формулирование выводов о развитии страхового рынка, о состоянии конкурентной среды на рынке, о дальнейшей стратегии развития страхового рынка. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.
6	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок. Понятие страховой защиты, страховой услуги и страхового продукта. Структура страхового продукта. Классификация страховых продуктов. Понятие страховой гаммы, особенности ее разработки и позиционирования на рынке. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.
6	Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок. Потребительная и меновая стоимость страхового продукта. Основы ценообразования в страховании. Формирование качества страхового продукта. Соотношение «цена-качество» страхового продукта. Расширение ассортимента страховых продуктов как одна из задач ассортиментной политики страховщика. Способы ее решения. Жизненный цикл страхового продукта. Модификации страхового продукта на различных стадиях его жизненного цикла. Понятие коммерциализации страховых продуктов. Сбытовая политика страховщика. Выработка стратегии продвижения страховых продуктов, определение тактических задач. Система сбыта в страховой организации. Модели организационной структуры продаж страховых продуктов. Понятие маркетинговых коммуникаций. Использование маркетинговых коммуникаций для развития страхового бизнеса. Классификация маркетинговых коммуникаций. Внутренние и внешние коммуникации. Инструменты коммуникационной политики страховой организации. Понятие качества коммуникаций. Способы повышения качества коммуникаций. Применение брендинга в деятельности страховщика. Инструменты брендинга. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)**

**6.1. Текущий контроль**

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Страхование предприятие: основы создания и организации структуры управления	ПК-3	З.Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У.Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н.Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов	1. Выполнение тестового задания	За 1 правильный ответ - 1 балл. (10)
2	2. Управление рисками ведения страхового бизнеса	ПК-3	З.Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У.Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н.Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов	2. Публичная защита презентации на тему "Моя страховая организация"	Диапазон оценки за выполнение индивидуального задания – от 0 до 20 баллов. Если задание выполнено с учетом всех установленных критериев, то выставляется дополнительная оценка – 5 баллов. (20)
3	3. Внешнее и	ПК-3	З.Знать основные	3. Публичная защита	Критерий

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	внутреннее регулирование страховой деятельности		методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У. Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н. Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов	доклада	оценивания от 0 до 10 баллов. Оценка выставляется с учетом следующих параметров: степень раскрытия сущности вопроса; соблюдение требований к оформлению, публичная защита доклада. За каждый исполненный параметр выставляется 1 балл. Для устного выступления студенту достаточно 10 минут. Степень раскрытия сущности вопроса: 1. выбор объекта исследования; 2. постановка проблематики доклада; 3. описание проблемных сторон темы доклада; 4. авторская позиция по рассматриваемой проблеме; 5. умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал;

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					Соблюдение требований к оформлению: 1. оценка грамотности и культуры изложения, 2. владение терминологией, 3. соблюдение установленных технических требований к оформлению Публичная защита доклада: 1. ответы на дополнительные вопросы, 2. доступность материала и восприятие аудитории. (10)
4	4. Сущность маркетинга и его роль в ведении страхового бизнеса	ПК-3	З.Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У.Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н.Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов	4. Выполнение тестового задания	За 1 правильный ответ - 1 балл. (10)
5	5. Особенности маркетингового исследования страхового рынка	ПК-3	З.Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических	5. Маркетинговое исследование страхового рынка России на современном этапе	Диапазон оценки за выполнение задания – от 0 до 30 баллов. Если задание выполнено с

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			разделов планов У. Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н. Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов		учетом всех установленных критериев, то выставляется дополнительная оценка – 5 баллов. (30)
6	6. Страховой продукт: понятие, особенности его создания и предложения на рынок	ПК-3	З. Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов У. Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты Н. Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов	6. Публичная защита презентации на тему "Представление собственного страхового продукта"	Диапазон оценки за выполнение индивидуального задания – от 0 до 20 баллов. Если задание выполнено с учетом всех установленных критериев, то выставляется дополнительная оценка – 5 баллов. (20)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Один правильный ответ в тесте оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами**

Знание: Знать основные методы планирования и прогнозирования, различные подходы к составлению экономических разделов планов

1. Внутреннее регулирование деятельности страхового предприятия.
  2. Диверсификация деятельности в сфере страхования.
  3. Динамика страхового продукта и его жизненный цикл.
  4. Изучение потребительского поведения на страховом рынке.
  5. Изучение требований, предъявляемых к качеству и цене страховой продукции.
  6. Коммерциализация страховых продуктов.
  7. Маркетинговое планирование в страховой организации.
  8. Организация деятельности в страховом пуле.
  9. Основные субъекты страхового рынка и участники страховых отношений.
- Инфраструктура страхового рынка.
10. Основные типы организационных структур страхового предприятия.
  11. Принципы и методы сегментации страхового рынка.
  12. Риски страховых организаций.
  13. Секьюритизация страховых рисков.
  14. Содержание внешнего регулирования страховой деятельности.
  15. Страховой портфель страховой организации.
  16. Страховой продукт как специфический товар.
  17. Сущность маркетинга в страховании, его роль в повышении эффективности страхования.
  18. Трудовые ресурсы страховой организации как фактор управления.
  19. Цели и составляющие страхового маркетинга.
  20. Цели страхового предприятия и систематизация его хозяйственной деятельности.

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Диапазон оценки за выполнение экспресс-анализ – от 0 до 40 баллов. Умение применять критерии сегментации страхового рынка в соответствии с законодательством по форме страхования и отраслям страхования – 10 баллов. Расчет показателя №1 - 10 баллов. Расчет показателя №2 - 10 баллов. Аналитический обзор полученных данных - 10 баллов..

**Компетенция: ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами**

Умение: Уметь представлять результаты проведенных расчетов в соответствии с принятыми в организации стандартами и обосновывать представленные результаты

Задача № 1. Выполните экспресс-анализ страхового рынка по предложенным показателям на примере представленных статистических данных о развитии страхового рынка. Проанализируйте и рассчитайте: 1) динамику страховых премий и страховых выплат в разрезе сегментов страхового рынка по относительным и абсолютным показателям; 2) удельный вес каждого сегмента в отрасли страхования по страховым премиям и страховым выплатам.

Задача № 2. Проанализируйте страховой портфель организации

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (20 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Диапазон оценки за выполнение задания – от 0 до 20 баллов. Критерий оценивания: 1) За каждый правильный выбор соответствия маркетингового инструмента и стратегической задачи – 2 балла. Максимум за выполнение данного критерия – 8 баллов. 2) За правильность описания тактики реализации каждой стратегической задачи – 3 балла. Максимум за выполнение данного критерия – 12 баллов..

**Компетенция: ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами**

**Навык: Владеть навыком проведения расчетов, необходимых для составления экономических разделов планов**

**Задание № 1.** Для формирования маркетинговой стратегии страховой организации необходимо оценить свою конкурентную позицию на рынке. В связи с этим определите соответствие маркетингового инструмента и текущей задачи деятельности по реализации маркетинговой стратегии, используя метод «4Р» для достижения конкурентных преимуществ страховщика на рынке. И дать описание реализации для каждой задачи.

**Задание № 2.** Опишите особенности получения лицензии на осуществление страховой деятельности

#### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.01 Экономика  
Профиль - Финансы и кредит  
Кафедра финансов и финансовых  
институтов  
Дисциплина - Организация страхового  
бизнеса

#### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Выполните экспресс-анализ страхового рынка по предложенным показателям на примере представленных статистических данных о развитии страхового рынка. Проанализируйте и рассчитайте: 1) динамику страховых премий и страховых выплат в разрезе сегментов страхового рынка по относительным и абсолютным показателям; 2) удельный вес каждого сегмента в отрасли страхования по страховым премиям и страховым выплатам. (40 баллов).
3. Для формирования маркетинговой стратегии страховой организации необходимо оценить свою конкурентную позицию на рынке. В связи с этим определите соответствие маркетингового инструмента и текущей задачи деятельности по реализации маркетинговой стратегии, используя метод «4Р» для достижения конкурентных преимуществ страховщика на рынке. И дать описание реализации для каждой задачи. (20 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ Н.В. Кузнецова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Т.В. Щукина

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **а) основная литература:**

1. Бахматов С. А., Колесникова Т. В. Маркетинг в деятельности страховой организации. [монография]/ С. А. Бахматов, Т. В. Колесникова.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011.-165 с.
2. Бахматов С. А., Колесникова Т. В. Маркетинг страховых организаций. учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп./ С. А. Бахматов, Т. В. Колесникова.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.-145 с.
3. Журавлев П. В., Банников С. А., Владимиров В. В. Основы страхового менеджмента. учеб. пособие [для вузов]. рек. УМО вузов РФ/ П. В. Журавлев, С. А. Банников, В. В. Владимиров.- М.: Экономика, 2007.-404 с.
4. Никулина Н. Н., Эриашвили Н. Д. Страховой менеджмент. учеб. для вузов. рек. УМЦ "Профессиональный учебник"/ Н. Н. Никулина, Н. Д. Эриашвили.- М.: ЮНИТИ, 2011.-704 с.
5. [Адонин А.С. Страховой маркетинг : учебно методический комплекс / А.С. Адонин, Д.С. Туленты. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 251 с. - URL : http://www.iprbookshop.ru/10847.html \(14.09.2018\)](http://www.iprbookshop.ru/10847.html)
6. [Никулина Н.Н. Страховой маркетинг:учебное пособие \[Электронный ресурс\] / Н.Н. Никулина. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 503 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/34513.html \(14.09.2018\)](http://www.iprbookshop.ru/34513.html)

### **б) дополнительная литература:**

1. Зубец А. Н. Маркетинговые исследования страхового рынка/ А. Н. Зубец.- М.: Центр экономики и маркетинга, 2001.-224 с.
2. Зубец А. Н. Алексей Николаевич Страховой маркетинг/ А. Н. Зубец.- М.: Анкил, 1998.-251 с.
3. Зубец А. Н. Страховой маркетинг в России. практ. пособие/ А. Н. Зубец.- М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.-344 с.
4. Кургин Е. А. Страховой менеджмент: управление деятельностью страховой компании. учеб. для вузов. рек. М-вом общ. и проф. образования РФ/ Е. А. Кургин.- М.: РКонсульт, 2005.-303 с.
5. Бахматов С.А., Колесникова Т.В. Маркетинг страховых организаций.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.- 160 с.
6. [Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. - URL : http://www.iprbookshop.ru/57160.html \(14.09.2018\)](http://www.iprbookshop.ru/57160.html)
7. [Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга \[Электронный ресурс\] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — URL : http://www.iprbookshop.ru/69015.html \(14.09.2018\)](http://www.iprbookshop.ru/69015.html)

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению



- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области финансовой науки, страхового дела, управления организацией и отношениями с клиентами.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита индивидуальных заданий (во время проведения занятий);
- выполнение тестовых заданий (в часы практических занятий).

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание докладов;
- подготовка к семинарам и тестированию;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство,
- Adobe Acrobat Reader\_11,

- Adobe Flash player,
- MS Office,

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Мультимедийный класс,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий