

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Экономический факультет

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины **Организация продаж страховых продуктов**

Рекомендуется для направления подготовки
38.03.01 «Экономика»

Направленность программы (профиль) «Страхование»

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование знаний в области системы управления продажами и рассмотрение сбытовой функции предприятия в сочетании с комплексом управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- определение места и роли службы продаж в общей структуре предприятия
- рассмотрение стратегических аспектов сбыта
- изучение взаимосвязей сбытовой и маркетинговой службы предприятия
- освоение методов анализа внутренней и внешней среды продаж
- развитие практических навыков управления сбытовыми процессами

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Организация продаж страховых продуктов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений профиля «Страхование».

В таблице №1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица №1

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Профессиональные компетенции			
1	Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности экономических субъектов, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПКО -8.1.)	Финансы страховой организации	Финансовый менеджмент Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	Способен предлагать решения профессиональных задач с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных финансовых последствий (ПКО -8.2.)	Финансы страховой организации	Финансовый менеджмент Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3	Способен осуществлять расчеты, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками с учетом специфики деятельности экономических субъектов (ПКО-8.3)	Рынок ценных бумаг Финансы страховой организации	Финансовый менеджмент Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к

Добавлено примечание (ФЕА1): В учебном плане не указаны компетенции для этой дисциплины

			процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	--	--	---

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные компетенции:

Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности экономических субъектов, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПКО -8.1.)

Способность предлагать решения профессиональных задач с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных финансовых последствий (ПКО -8.2.)

Способность осуществлять расчеты, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками с учетом специфики деятельности экономических субъектов (ПКО-8.3)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы теории управления продажами
- роль и место системы продаж в современных условиях бизнеса
- основные методы анализа продаж
- основы технологии продаж
- методы взаимодействия службы продаж со службой страхования

Уметь:

- применять полученные знания для реализации стимулирования сбыта
- ориентироваться в условиях современной системы продаж
- выработать стратегические решения, поднимающие эффективность сбыта
- интегрировать страхование решения в систему продаж
- осуществлять информационное обеспечение сбыта
- выполнять страховательский анализ
- выработать эффективные страховательские инструменты для поддержки продаж
- ориентироваться в системе продаж

Владеть:

- основами управления продажами

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	семестр			
		D			
Аудиторные занятия (всего)	24	24			
В том числе:					
Лекции		8			
Практические занятия (ПЗ)					

Семинары (С)			16		
Лабораторные работы (ЛР)					
Интерактивные формы обучения					
Самостоятельная работа (всего)	48		48		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
Подготовка письменных работ и устных выступлений			38		
Чтение дополнительной литературы, рекомендованной по курсу			10		
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет				
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ пп	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы):
1	Раздел 1. Организация системы продаж.	Тема 1. Товар. Конкурентное преимущество товара. Каналы сбыта.
		Тема 2. Орг.структура. Найм и обучение персонала. Руководитель службы продаж. Мотивация персонала.
		Тема 3. Процесс продаж. Стратегические цели компании. Структура управления продажами.
2	Раздел 2. Клиент в системе продаж.	Тема 4. Структура процесса покупки.
		Тема 5. Воронка продаж.
		Тема 6. Сегментация клиентов.
		Тема 7. Управление ключевыми клиентами.
		Тема 8. Клиентоориентированность.
3	Раздел 3. Управление системой продаж.	Тема 9. Коммерческое предложение.
		Тема 10. Система управления, ее основные функции и цели.
		Тема 11. Планирование. Формирование плана продаж.
		Тема 12. Управление клиентами. Бизнес план.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ.	Лаб.	Семина	СРС	Все-го
			зан.	зан.			
1	Организация системы продаж.	2			4	16	22
2	Клиент в системе продаж.	3			6	16	25
3	Управление системой продаж.	3			6	16	25

6. Лабораторный практикум – не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость
			(час.)
1	Раздел 1. Организация системы продаж.	Тема 1. Товар. Конкурентное преимущество товара. Каналы сбыта.	1
		Тема 2. Орг.структура. Найм и обучение персонала. Руководитель службы продаж. Мотивация персонала.	1
		Тема 3. Процесс продаж. Стратегические цели компании. Структура управления продажами.	2
2	Раздел 2. Клиент в системе продаж.	Тема 4. Структура процесса покупки.	2
		Тема 5. Воронка продаж.	2
		Тема 6. Сегментация клиентов.	
		Тема 7. Управление ключевыми клиентами.	1
		Тема 8. Клиентоориентированность.	1
3	Раздел 3. Управление системой продаж.	Тема 10. Система управления, ее основные функции и цели.	2
		Тема 11. Планирование. Формирование плана продаж.	2

		Тема 12. Управление клиентами. Бизнес план.	2
Итого:			16

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007;
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

ауд.	Наименование	Наименование
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран - 2 шт.

9. Информационное обеспечение дисциплины

- а) Программное обеспечение: пакет Microsoft Office.
- б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
- <http://www.planovik.ru>
 - <http://www.ipnou.ru>
 - <http://www/cfin.ru>
 - <http://www.e-xecutive.ru>
 - <http://www.marketing.spb.ru>
 - <http://www.aup.ru>
 - <http://www.4p.ru>
 - www.pmpromfy.ru

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- а) основная литература:
1. Организация продаж страховых продуктов [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие для бакалавров / И.Н. Кузнецов. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=475573&idb=0
 2. Голова, А.Г. Организация продаж страховых продуктов [Электронный ресурс] : учебник / А.Г. Голова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93527>

3. Лукич, Р. Организация продаж страховых продуктов / Р. Лукич. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-2243-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013>
4. Норка, Д.И. Экспертные продажи: новые методы убеждения покупателей / Д.И. Норка ; ред. А. Петров. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ISBN 978-5-9614-6616-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495618>
5. Джоббер, Д. Продажи и организация продаж страховых продуктов=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 622 с. : табл., граф., схемы - ISBN 5-238-00465-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548>

б) дополнительная литература:

1. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 187 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4344-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045>
2. Дивин, И.Ю. Как удвоить прибыль своей компании: корпоративные продажи / И.Ю. Дивин. - Москва : Владос, 2017. - 193 с. : табл. - (Экономика и предпринимательство). - ISBN 978-5-906992-85-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486087>
3. Манн, И.Б. Прибавить оборотов! 47 страхованиесовых способов увеличить продажи — системно, быстро и без бюджета / И.Б. Манн, А.Ю. Турусина. - Москва : СилаУма-Паблишер, 2015. - 203 с. : табл. - ISBN 978-5-906084-07-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430518>
4. Лукич, Р. Техника продаж крупным клиентам: 111 вопросов и ответов / Р. Лукич, Е. Колотилов. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 265 с. - ISBN 978-5-9614-1965-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279615>
5. Тургунов, М. Партизанские продажи: как увести клиента у конкурентов / М. Тургунов. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 192 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5056-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279722>

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

В процессе освоения курса применяются следующие методы обучения: лекции, семинары, групповые формы работы, метод case-study, самостоятельная работа.

Виды занятий и методы обучения

<i>Лекции</i>	Аудиторная форма занятий, в которой даются основные положения учебной дисциплины. Конечная цель лекций – достижение студентами необходимой для дальнейшей профессиональной деятельности степени овладения изучаемыми теоретическими знаниями. Форма лекции может быть как традиционной, так и интерактивной.
---------------	--

<i>Семинары</i>	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов (всех или некоторых из них), направленная на формирование у них навыков самостоятельного теоретического анализа рассматриваемых в курсе проблем, в том числе путем изучения текстов первоисточников, накопление практического опыта решения типовых профессиональных задач.
<i>Групповое академическое консультирование</i>	Основная задача группового академического консультирования - подробное либо углубленное рассмотрение некоторых тем теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части студентов. По желанию студентов возможно вынесение на обсуждение дополнительных тем, вызывающих у них особый интерес, которые не получают достаточного освещения в лекционном курсе. Данная форма занятий является обязательной для преподавателя, студент имеет право не принимать участие в такой консультации в случае, если он самостоятельно успешно освоил данный раздел курса или же обсуждаемая дополнительная тема его не интересует.
<i>Индивидуальные консультации</i>	Внеаудиторная форма работы преподавателя с отдельным студентом, подразумевающая обсуждение тех разделов дисциплины, которые оказались для студента неясными.
<i>Самостоятельная работа</i>	Чтение рекомендованной литературы (обязательной и дополнительной), подготовка к устным выступлениям, подготовка к письменным контрольным работам (рубежным, итоговым испытаниям), написание рефератов, эссе, а также иные виды работы, необходимые для выполнения учебной программы.
<i>Case-study – метод конкретных ситуаций</i>	Метод обучения, предназначенный для совершенствования навыков и получения опыта в следующих областях: выявление, отбор и решение проблем; работа с информацией — осмысление значения деталей, описанных в ситуации; анализ и синтез информации и аргументов; работа с предположениями и заключениями; оценка альтернатив; принятие решений; слушание и понимание других людей — навыки групповой работы.
<i>Презентация (защита) проекта/доклада/реферата/сообщения</i>	Средство контроля способностей обучающихся представить перед аудиторией результаты проделанной работы.
<i>Тест/опрос</i>	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений.

При организации самостоятельной работы студент в рамках курса «Организация продаж страховых продуктов» применяет следующие формы работы:

- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
- подготовку проектов и презентаций;

Задачами самостоятельной работы студента в рамках дисциплины «Организация продаж страховых продуктов» являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний по управлению продажами;
- формирование умений использовать нормативную, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических занятиях, при подготовке проекта/презентации.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной в УМК учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к семинарам;
- выполнение домашних заданий
- текущий самоконтроль и контроль успеваемости.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- промежуточное тестирование как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, подготовка оборудования);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

При организации самостоятельной работы студенту следует обратить внимание на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

При работе с рекомендованной литературой необходимо соблюдать следующие правила:

- Составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- Сам такой перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что интересует за рамками официальной учебной деятельности).
- Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателем и научным руководителем.
- Все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

Подготовка к тестированию способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к тестированию, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. При прохождении теста студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

Рейтинговая система обучения предполагает многобалльное оценивание студентов. Кроме того, в систему рейтинговой оценки включаются дополнительные поощрительные баллы за оригинальность, новизну подходов к выполнению заданий для самостоятельной работы или разрешению научных проблем. У студента имеется возможность повысить учебный рейтинг путем участия во внеучебной работе (участие в олимпиадах, конференциях; выполнение индивидуальных творческих заданий, рефератов; участие в работе научного кружка и т.д.). При этом студенты, не спешащие сдавать работу вовремя, могут получить и отрицательные баллы. Вместе с тем, поощряется более быстрое прохождение программы отдельными студентами. Например, если учащийся готов сдавать зачет или писать самостоятельную работу раньше группы, можно добавить ему дополнительные баллы.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «*Организация продаж страховых продуктов*» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев

оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:
доцент кафедры маркетинга

Е.А.Федоренко