

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Страховой маркетинг»**  
по направлению подготовки  
080100.62 Экономика,  
профиль подготовки  
«Финансы и кредит»,  
Квалификация (степень) «бакалавр»

Количество зачетных единиц: 2

Общий объём часов: 72

Аудиторных занятий: 10

Самостоятельная работа: 58

**1. Цели и задачи дисциплины:**

Целью учебного курса является подготовка, на уровне стандартов высшего профессионального образования, специалистов, способных эффективно использовать инструменты страхового маркетинга в повседневной деятельности по реализации страховых экономических отношений.

**Задачи изучения дисциплины**

Задачами учебного курса являются передача студентам знаний и привитие практических навыков, обеспечивающих понимание:

- социальной роли страхования;
- основных принципов взаимоотношений между страхователем и страховщиком;
- основных тенденций развития российского страхового рынка;
- целей и задач маркетинговой службы страховой компании;
- роль маркетинговой службы в обеспечении деятельности страховой компании.

**2. Место дисциплины в структуре ООП:**

**Список дисциплин, знание которых необходимо для изучения курса данной дисциплины.**

1. Микроэкономика
2. Макроэкономика
3. Основы бизнеса
4. Финансы и кредит
5. Маркетинг
6. Страхование дело
7. Андеррайтинг в страховании
8. Основы актуарных расчетов

**Список дисциплин, для изучения которых необходимы знания данного курса.**

1. Страховой менеджмент

**3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование общекультурных и профессиональных компетенций. В результате изучения дисциплины «Страховой маркетинг» студент должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность (ОК-8);
- осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-11);
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

##### **Иметь представление:**

- о социальной роли страхования;
- об основных принципах взаимоотношений между страхователем и страховщиком;
- основных тенденциях развития российского страхового рынка;
- о целях и задачах маркетинговой службы страховой компании;
- о роли, месте маркетинга в бизнес-процессах страховой компании (по видам страхования).

##### **Знать:**

- место и роль потребностей в страховой защите в общей системе экономических потребностей потребителей;
- базисных понятий теории и практики страхового маркетинга;
- основных методов исследования страхового рынка;
- специфики различных страховых услуг и продуктов с точки зрения удовлетворения потребностей страхователей;
- алгоритм разработки страховых продуктов;
- современного состояния, основных участников и основных тенденций развития российского и мирового страховых рынков.

##### **Уметь:**

- анализировать текущие тенденции и конъюнктуру страхового рынка;
- обеспечить высокое качество страховых продуктов;
- организовать повседневную маркетинговую деятельность субъектов страхового рынка.

**5. Краткое содержание дисциплины** (наименование разделов или тем)

Тема 1. Современная концепция маркетинга. Роль и место маркетинга на современном страховом рынке

Тема 2. Страховой маркетинг как часть системы маркетинга. Специфика страхового маркетинга

Тема 3. Система исследования страхового рынка в страховом маркетинге

Тема 4. Страховые продукты в системе страхового маркетинга

Тема 5. Организация сбыта в страховании

Тема 6. Коммуникации в страховом маркетинге

Тема 7. Организация маркетинговой деятельности в страховой компании