

Страховий маркетинг

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти знань щодо основних принципів, функцій та сутності страхового маркетингу, його практичного використання в діяльності страхових організацій.

Основні завдання навчальної дисципліни: з'ясування об'єктивної необхідності, сутності та ролі страхового маркетингу; опанування особливостей страхового маркетингу; формування у здобувачів вищої освіти глибокого розуміння теорії і практики страхового маркетингу; формування здатностей самостійно мислити та приймати управлінські рішення; вивчити організацію шляхів розвитку страхового маркетингу; опанування маркетинговими інструментами та технології окремих напрямків організаційно-управлінської діяльності страхових товариств; отримання професійних навиків правильно використовувати маркетинг в діяльності страхових компаній.

Компетентності:

Загальні:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК03. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Фахові (спеціальні):

СК07. Здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації, необхідної для вирішення професійних і наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Програмні результати навчання:

ПР01. Використовувати фундаментальні закономірності розвитку фінансів, банківської справи та страхування у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності.

ПР03. Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності.

ПР04. Відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.

ПР06. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень усно і письмово, брати участь у фахових дискусіях.

ПР11. Застосовувати поглиблені знання в сфері фінансового, банківського та страхового менеджменту для прийняття рішень.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Страховий маркетинг: сутність та значення у сфері сучасного бізнесу.

Тема 2. Сегментація ринку страхових послуг.

Тема 3. Страхова послуга як продукт страхового маркетингу.

Тема 4. Цінова політика страхової компанії.

Тема 5. Канали збуту страхових послуг.

Тема 6. Технології просування страхових продуктів у страховому маркетингу.

Тема 7. Маркетингова стратегія страховика.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90 год.

Кількість кредитів 3.

Форма семестрового контролю екзамен.