

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:

інтегральна:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у професійній діяльності або у процесі навчання у сфері фінансів, банківської справи та страхування, що передбачає проведення досліджень та / або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК03. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

спеціальні (фахові):

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.

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

ПР12. Обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи та страхування та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів.

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.

Трудовіткість:

Загальна кількість годин 120 год.

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю залік.