



**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.В. Ватлина

26 марта 2026 .

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**по профессиональному модулю
ПМ.02 ИЗУЧЕНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА
И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ**

**по специальности
среднего профессионального образования**

38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

(направленность программы: Страхование иное, чем страхование жизни)

**квалификация выпускника:
Специалист страхового дела**

Новосибирск
2026

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю *ПМ.02 «Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов»* разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.02 Страхование (по отраслям), утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 555.

РАЗРАБОТЧИК:

Е.Б. Денисенко, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономической стратегии и бизнес-аналитики

РЕЦЕНЗЕНТ:

О.И. Шахов, преподаватель (практик) кафедры финансовых рынков и страхования

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю *ПМ.02 «Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов»* рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической стратегии и бизнес-аналитики, протокол от 26 марта 2026 г. № 10.

Заведующий кафедрой

экономической стратегии и бизнес-аналитики



О.А. Чистякова

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

<u>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</u>	Ошибка! Закладка не определена.
<u>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	9
<u>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	10
<u>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная практика является обязательной и представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика направлена на закрепление и расширение теоретических знаний в области профессиональной деятельности, развитие аналитических способностей обучающихся, получение первичных профессиональных умений по изучению страхового рынка и организации продаж страховых продуктов.

Задачи учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;
- овладение умениями и навыками, приобретение первоначального практического опыта изучению страхового рынка и организации продаж страховых продуктов, в том числе навыками использования информационных технологий;
- развитие умения организовывать собственную деятельность, формирование методов и способов выполнения профессиональных задач;
- освоение профессиональных компетенций по избранной специальности профессиональной подготовки;
- воспитание исполнительской дисциплины, чувства ответственности и умения самостоятельно решать проблемы, возникающие в процессе выполнения практических работ.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Знать	Уметь	Владеть навыками
ОК 01	методы анализа страхового рынка и оценки рыночной ситуации; алгоритмы выбора каналов продаж страховых продуктов в зависимости от целевой	анализировать конкретную рыночную ситуацию и определять проблему; выбирать оптимальные методы продаж страховых продуктов для разных сегментов	выбора и применения эффективных техник продаж в зависимости от контекста (личная встреча, телефон, интернет); принятия решений в ситуациях с неполной

	аудитории; критерии оценки эффективности различных способов продвижения страховых услуг; особенности принятия решений в нестандартных профессиональных ситуациях (отказ клиента, возражения, форс-мажор).	клиентов; обосновывать выбор того или иного способа взаимодействия со страхователем; адаптировать страховые продукты под потребности клиента в рамках действующих правил.	информацией о клиенте; корректировки плана продаж при изменении рыночных условий.
ОК 02	современные источники маркетинговой информации о страховом рынке (базы данных, рейтинги, аналитические порталы, официальная статистика ЦБ РФ); программные продукты для сбора и обработки данных (Excel, CRM-системы, инструменты веб-аналитики); методы интерпретации данных о спросе, конкурентах, страховых продуктах.	осуществлять поиск информации о страховых продуктах и компаниях-конкурентах с использованием сети Интернет; анализировать статистические данные о продажах, страховых случаях, проникновении страхования в регионах; визуализировать результаты анализа (диаграммы, графики, таблицы); работать с CRM-системой для учета и анализа клиентской базы.	сбора и обработки первичной и вторичной маркетинговой информации о страховом рынке; использования информационных технологий для сегментирования клиентской базы; подготовки отчетов по результатам анализа рынка с использованием ИТ-инструментов.
ОК 03	требования к профессиональным компетенциям страхового агента, маркетолога, менеджера по продажам; пути повышения квалификации и карьерного роста в страховой сфере; основы финансовой грамотности (управление личным бюджетом, расчет страховых премий, оценка рисков); принципы предпринимательской деятельности в страховании (в том	составлять личный план профессионального развития (освоение новых продуктов, прохождение аттестации); применять финансовые знания при консультировании клиентов (расчет стоимости полиса, выбор оптимальной страховой защиты); оценивать свои сильные и слабые стороны как специалиста по продажам страховых продуктов.	самоанализа и рефлексии профессиональной деятельности в процессе учебной практики; расчета финансовых показателей страхового продукта (премия, франшиза, скидки); планирования собственной деятельности по достижению планов продаж.

	числе агентская деятельность).		
ОК 04	принципы эффективной командной работы в страховой организации (распределение ролей, взаимопомощь); способы разрешения конфликтных ситуаций в коллективе и с клиентами; правила внутреннего взаимодействия между отделами продаж, андеррайтинга, урегулирования убытков.	работать в группе при подготовке маркетинговых отчетов, проведении исследований, планировании продаж; аргументированно отстаивать свою позицию при обсуждении стратегий продаж; координировать свои действия с другими участниками команды (распределение клиентов, совместные продажи).	участия в командных проектах по анализу страхового рынка и разработке предложений для клиентов; взаимодействия с коллегами при решении оперативных задач (передача клиента, консультация); конструктивной обратной связи членам команды по результатам совместной работы.
ОК 05	правила устной и письменной деловой коммуникации в страховой сфере; особенности общения с различными социальными и возрастными группами страхователей; структуру и требования к составлению профессиональных документов (отчеты, презентации, коммерческие предложения, акты).	грамотно оформлять письменные отчеты по результатам маркетинговых исследований и продаж; проводить устные презентации страховых продуктов перед клиентами и руководством; адаптировать речь и стиль общения под особенности аудитории (молодежь, пенсионеры, бизнес-клиенты); вести диалог с клиентом, задавать уточняющие вопросы, преодолевать возражения.	составления отчетной документации по практике (дневник, отчет, характеристика); публичных выступлений с презентацией страховых продуктов перед группой; профессиональной терминологией в области страхования и маркетинга.
ОК 09	состав и структуру профессиональной документации страховой организации (правила страхования, полисы, заявления, договоры, отчетность); базовую терминологию на иностранном языке (английском) в сфере страхования и маркетинга; источники	читать и понимать содержание профессиональной документации на русском языке (правила страхования, тарифные руководства); находить и интерпретировать ключевую информацию в документах на иностранном языке (например, условия	работы с правилами страхования и другой внутренней документацией страховой компании; перевода базовых страховых терминов с иностранного языка на русский и обратно; составления кратких аннотаций профессиональных статей или нормативных

	профессиональной информации на иностранном языке (международные рейтинги, стандарты, публикации).	перестрахования, международные стандарты); заполнять стандартные формы страховой документации (заявление на страхование, акт о страховом случае).	документов на иностранном языке.
ПК 2.1.	источники получения маркетинговой информации о страховом рынке (официальная статистика Банка России, рейтинги страховщиков, аналитические обзоры, данные СМИ); методы сбора первичной и вторичной информации (наблюдение, опрос, анкетирование, анализ документов); критерии оценки конкурентной среды на страховом рынке (доля рынка, тарифы, продуктовый ряд, каналы продаж); показатели, характеризующие потребительское поведение на страховом рынке (спрос, лояльность, чувствительность к цене).	осуществлять поиск и отбор информации о страховых продуктах конкурентов; проводить анкетирование и интервьюирование потенциальных страхователей; анализировать данные о продажах страховых полисов по видам страхования и регионам; выявлять основные тренды и изменения на страховом рынке.	сбора информации о страховых компаниях-конкурентах (продукты, цены, условия, реклама); обработки и систематизации данных о потребительских предпочтениях в страховании; подготовки аналитической записки по результатам анализа страхового рынка.
ПК 2.2.	критерии сегментирования страхового рынка (географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие); методы выделения целевых сегментов для различных страховых продуктов; понятие	выделять сегменты страхователей по уровню дохода, возрасту, отношению к риску, инициативности потребления; оценивать привлекательность целевых сегментов для конкретного страхового продукта; определять уникальное торговое предложение (УТП) страхового	проведения сегментирования клиентской базы страховой компании (на основе учебных кейсов); разработки профиля целевого клиента (портрета страхователя) для автострахования, страхования здоровья, жизни и др.; построения карты позиционирования для 2–3 страховых

	позиционирования и его роль в страховом маркетинге; способы разработки карты восприятия и позиционирования страхового продукта.	продукта для выбранного сегмента; разрабатывать рекомендации по позиционированию нового страхового продукта.	продуктов на региональном рынке.
ПК 2.3.	виды каналов сбыта страховых продуктов (агентская сеть, брокеры, банковский канал, прямые продажи, интернет, колл-центр); преимущества и недостатки каждого канала продаж для разных видов страхования; технологии построения агентской сети и мотивации страховых агентов; нормативно-правовые требования к организации продаж страховых продуктов (ФЗ «Об организации страхового дела в РФ», правила страхования).	выбирать оптимальные каналы сбыта для конкретного страхового продукта и целевой аудитории; составлять план продаж через различные каналы с распределением ресурсов; проводить сравнительный анализ эффективности каналов продаж (по затратам, количеству клиентов, конверсии); организовывать процесс взаимодействия с партнерами (банки, брокеры, агенты).	планирования продаж страховых продуктов через агентский и альтернативные каналы (в учебной имитации); расчета стоимости привлечения клиента (CAC) для разных каналов сбыта; подготовки предложений по развитию каналов продаж для страховой компании.
ПК 2.4	структуру и этапы разработки маркетингового плана страховой компании; методы прогнозирования продаж страховых продуктов (экспертные оценки, трендовый анализ, сезонность); систему показателей контроля продаж (KPI): количество договоров, страховая премия, конверсия, удержание клиентов, доля рынка; инструменты оперативного и стратегического контроллинга в страховом маркетинге.	формулировать маркетинговые цели и задачи в области продаж страховых продуктов (SMART-критерии); составлять план маркетинговых мероприятий на месяц/квартал с указанием ответственных и бюджета; анализировать выполнение плана продаж, выявлять отклонения и их причины; рассчитывать ключевые показатели эффективности маркетинга	разработки фрагмента маркетингового плана для страховой компании (по заданной ситуации); расчета прогнозных показателей продаж с учетом сезонности и трендов; подготовки отчета о выполнении плана продаж с графиками и диаграммами; формулирования рекомендаций по корректировке маркетинговой стратегии на основе контрольных показателей.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего):	36
обязательная учебная нагрузка (аудиторные учебные занятия):	36
в том числе:	
лекции, уроки	
практические занятия	36
самостоятельная (внеаудиторная работа, включающая индивидуальный проект)	
промежуточная аттестация:	дифференцированный зачет

2.2. Примерное содержание дисциплины

Наименование разделов, тем учебной практики	Содержание и виды работ учебной практики
2	3
МДК 02.01 Маркетинг страховых продуктов	1. Вводный инструктаж. 2. Сбор и анализ информации о страховом рынке (региональном и федеральном): структура, объемы, динамика, ключевые игроки 3. Проведение анализа конкурентной среды: продуктовые линейки, тарифы, каналы продаж, рекламная активность 3–5 страховых компаний 4. Сегментирование страхового рынка по видам страхования (автострахование, здоровье, имущество, жизнь) с выделением целевых сегментов 5. Разработка анкеты (опросника) для исследования потребительских предпочтений Итого: 10 ч.
МДК 02.02 Организация продаж страховых продуктов	1. Заполнение документации по продажам (заявление на страхование, полис, квитанция) в соответствии с правилами страхования 2. Анализ эффективности различных каналов продаж: расчет стоимости привлечения клиента (CAC), конверсии, средней премии 3. Планировании продаж на месяц/квартал: постановка целей, распределение ресурсов по каналам Итого: 6 ч.
МДК 02.03 Анализ продаж страховых продуктов	1. Сбор статистических данных о продажах страховых полисов за последние 1–3 года (по видам страхования, каналам, регионам) 2. Расчет динамических рядов продаж: темпы роста, сезонные колебания, тренды 3. Выявление факторов, влияющих на изменение продаж (макроэкономические, конкурентные, сезонные, маркетинговые) 4. Расчет ключевых показателей эффективности продаж: доля рынка, retention rate (удержание клиентов), LTV (пожизненная ценность клиента), частота страховых случаев 5. Сравнительный анализ плановых и фактических показателей продаж, выявление отклонений 6. Построение аналитических таблиц и графиков (Excel, Google Sheets) для

	визуализации результатов анализа 7. Подготовка аналитической записки с выводами и рекомендациями по улучшению продаж страховых продуктов Итого: 14 ч.
Интегрированное задание	1. Разработка (на основе собранных данных) фрагмента маркетингового плана страховой компании на следующий квартал: цели, задачи, мероприятия, бюджет 2. Предложение по оптимизации каналов продаж для одного из страховых продуктов с обоснованием 3. Подготовка презентации результатов практики для руководителя (PowerPoint, не более 10 слайдов) 3 4. Защита отчета по практике (устное выступление, ответы на вопросы) Итого: 6 ч.
	ВСЕГО: 36 ч.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.02 Изучение страхового рынка и организации продаж страховых продуктов проводится на учебной базе практики кафедры экономической стратегии и бизнес-аналитики. Реализация программы учебной практики производится концентрированно в компьютерных классах университета.

Оборудование учебных баз практики:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде организации.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Организация страхового дела : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. П. Хоминич [и др.] ; под общей редакцией И. П. Хоминич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18129-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536897>
2. Скамай, Л. Г. Страховое дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Г. Скамай. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 326 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15831 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536802>
3. Бабурина, Н. А. Страховое дело. Страховой рынок России: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Бабурина, М. В. Мазаева. —

- Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 128 с. – ISBN 978-5-534-15618-8. – Текст: электронный // URL: <https://ezpro.fa.ru:3217/bcode/492343>
4. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536713>
 5. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>
 6. Финансовый маркетинг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19199-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556128>
 7. Архипов, А. П. Страховой менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15617-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544802>
 8. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536713>
 9. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>
 10. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16888-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538459>
 11. Страхование: учебник для вузов / Л. А. Орланюк-Малицкая [и др.]; под редакцией Л. А. Орланюк-Малицкой, С. Ю. Яновой. — 4-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 481 с. — ISBN 978- 5-534-12272-5. — Текст: электронный // URL: <https://urait.ru/bcode/476432>
 12. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993г. (с последующими дополнениями и изменениями).
 13. Гражданский Кодекс РФ (часть первая) от 30.11. 1994г. №51-ФЗ (с последующими дополнениями и изменениями).
 14. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с последующими дополнениями и изменениями).
 15. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (с последующими дополнениями и изменениями).
 16. Федеральный Закон РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с последующими изменениями и дополнениями).

17. Федеральный Закон РФ от 25.04.2002 № 41-ФЗ «Об обязательном страховании автогражданской ответственности владельцев транспортных средств» (с последующими изменениями и дополнениями).
18. Федеральный Закон РФ от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» (с последующими изменениями и дополнениями).

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы):

1. СПС «Гарант»;
2. СПС «Консультант плюс»;
3. <http://allinsurance.ru/biser.nsf/> Страхование в России
4. <http://www.ifin.ru> – публикации «Интернет - страхование»
5. <http://ostraxovanii.ucoz.ru> – сайт о страховании
6. <http://www.onlinemonitor.ru> - Сайт интернет-исследований МАСМИ-Россия
7. <http://www.gazeta.ru/insurance.shtril> - Общий обзор страхового рынка
8. <http://www.reglament.net/> Профессиональные издания для страховых компаний
9. <http://www.fssn.ru> – официальный сайт Федеральной Службы Страхового

Надзора

10. <http://vuzlib.net/beta3/html/1/6836/> Страховой маркетинг
11. <http://www.znay.ru/> сайт Знай страхование
12. <http://www.cfin.ru/rubricator.shtml> Корпоративный менеджмент
13. <http://www.consult-ct.ru> -журнал «Современные страховые технологии»
14. http://www.reglament.net/demo_version/agent_prodej.pdf Агентские продажи страховых продуктов.
15. <http://www.reglament.net/> Профессиональные издания для страховых компаний
16. <http://www.allinsurance.ru> – Страхование в России.
17. <http://www.strahovka.info>. – Атлас страхования.
18. <http://www.rosmedstrah.ru> – Медицинское страхование в России.
19. <http://www.insur-today.ru>– Страхование сегодня.
20. <http://www.raexpert.ru> – Общий обзор страхового рынка.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.

	различных жизненных ситуациях	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ВД 2	Изучить страховой рынок и организацию продаж страховых продуктов	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ПК 2.1	Проводить статистические наблюдения в целях выяснения спроса на страховые продукты	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ПК 2.2	Проводить анализ предложений и условий страховых продуктов на рынке страховых услуг	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ПК 2.3	Организовывать взаимодействие со страховыми агентами и посредниками	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.
ПК 2.4	Анализировать показатели продаж страховых продуктов	Выполнение работ учебной практики. Собеседование и защита отчета по учебной практике.

Аттестация и формы отчетности по учебной практике

1.1. Оценка уровня и качества освоения программы учебной практики включает текущий контроль и промежуточную аттестацию обучающихся.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям программы учебной практики (текущий контроль и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, позволяющие оценить знания, умения и приобретенные компетенции.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения программы учебной практики;
- оценка сформированности компетенций обучающихся.

1.2. По окончании учебной практики обучающимся предоставляется дневник, аттестационный лист, в которой определяется степень овладения профессиональным видом деятельности и сформированности профессиональных компетенций или их элементов, отчет о прохождении практики.

1.3. Аттестация по итогам практики осуществляется после сдачи документов по практике на профильную кафедру и фактической защиты отчета на основе оценки выполнения обучающимся программы учебной практики, отзыва руководителя практики об уровне приобретенных знаний, профессиональных

умений и навыков и сформированности, заданных программой компетенций обучающегося.

1.4. Критериями оценки являются: уровень теоретического осмысления обучающимися своей практической деятельности (её целей, задач, содержания); степень и качество приобретенных обучающимися профессиональных умений, овладения профессиональными компетенциями

1.5. Итоговой формой контроля по результатам практики является оценка в форме дифференцированного зачета («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

— оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он своевременно в установленные сроки представил на профильную кафедру оформленные в соответствии с требованиями дневник, отчет о прохождении практики; имеет положительную характеристику от руководителя практики; изложил в отчете в полном объеме вопросы по всем разделам практики; во время защиты отчета правильно ответил на все вопросы руководителя практики от университета.

— оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он своевременно в установленные сроки представил на профильную кафедру дневник, отчет о прохождении практики; имеет положительную характеристику от руководителя практики; в отчете в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от университета.

— оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он своевременно в установленные сроки представил на профильную кафедру дневник, отчет о прохождении практики; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике или в отчете не в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от университета;

— оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не выполнил программу учебной практики, не подготовил отчета, допускал большое количество пропусков аудиторных занятий, и ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите отчета.