

## Силабус навчальної дисципліни «Страховий маркетинг»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 1

Семестр: 2

<b>Факультет/Інститут</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Малярчук Наталія Миколаївна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> <a href="mailto:maliarchuk.n@udpu.edu.ua">maliarchuk.n@udpu.edu.ua</a>
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=169">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=169</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Метою вивчення дисципліни «Страховий маркетинг» є формування у майбутніх фахівців системи знань з питань теоретичної розробки та практичного застосування конкретних механізмів управління бізнес-процесами страхових компаній з метою ефективного використання наявного потенціалу та врахуванням фінансових інтересів всіх учасників страхового ринку.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Завдання дисципліни «Страховий маркетинг» - надати майбутнім фахівцям знання щодо сутності, функцій та механізмів організації, управління, розвитку страхової компанії, регулювання страхової діяльності, планування та прийняття управлінських та маркетингових рішень при здійсненні страхових операцій, операцій перестраховування та інвестиційної діяльності страхових компаній, тобто сформувати у студентів теоретичну базу страхового маркетингу та надати відповідні навички для наступного оволодіння практикою використання можливостей страхового захисту з метою успішного її застосовування в галузі страхування, в роботі, особистому житті..
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
<b>Зміст дисципліни</b>	Поняття страхового маркетингу та його складові Система страхового маркетингу: суб'єкти, функції і принципи управління Основні-правові форми здійснення страхової діяльності в Україні Кадрове забезпечення страхової організації Система оплати праці та форми мотивації в страхуванні Методи управління трудовим потенціалом. Оцінка працівників страхової організації Комунікації в сучасній страховій організації: сутність, елементи й етапи комунікаційного процесу Системи управління відносинами із клієнтами на базі CRM-технологій Управління капіталом страхової компанії Управління платоспроможністю страховика
<b>Обов'язкові завдання</b>	Завданнями дисципліни є: виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Маркетинговий менеджмент, управління проєктами
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	Кузьменко О. В. Практикум по страховому маркетингу Херсон : Олді-Плюс, 2023. 224 с. Система соціального державного страхування. Уклад.: Л. В. Кравченко, Л. В. Суслик. Умань : Візаві, 2021. 265 с. Журавель Т. М. Страхування у схемах. Львів : Новий світ-2000, 2020. 389 с. Долгошея Н. О. Страхування в запитаннях та відповідях. К. : Центр учбової літератури, 2010. 316 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Малярчук Н. М.