

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колмыкова Татьяна Сергеевна
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 06.06.2022 14:17:07
Уникальный программный ключ:
fe4e5f10bedae8b822cb69a3b8f9b5fdfb7e47e1

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой финансов и кредита

(наименование кафедры полностью)

Колмыков

Т.С. Колмыкова

(подпись, инициалы, фамилия)

« 8 » декабря 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по учебной дисциплине

Страховые продукты и услуги для бизнеса

(наименование дисциплины)

27.04.05 Инноватика магистерская программа

«Управление инновационными процессами»

(код и наименование ОПОП ВО)

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Тема 1 «Организация и управление страховой деятельностью»

1. В чем заключается экономическая сущность страхования?
2. Перечислите функции страхования.
3. Назовите способы организации централизованных страховых фондов (резервов).
4. Каким образом формируются фонды самострахования хозяйственных субъектов и фонд страховщика?
5. Назовите основные законодательные документы, регулирующие страховую деятельность России.
6. В чем заключается регулирование страховой деятельности хозяйствующих субъектов, как страховщиков и страхователей.
7. Какой орган занимается надзором за страховой деятельностью, на основе каких нормативных актов он функционирует?
8. Права органа страхового надзора.
9. Функции органа страхового надзора.
10. Порядок лицензирования страховой деятельности.
11. Какие нарушения и противозаконные действия могут совершаться в сфере страхования?

Тема 2 «Специфика страхового продукта в планировании и продвижении. Понятие страхового маркетинга»

12. Что понимается под страховым маркетингом?
13. Опишите общепризнанную в западной практике страхового менеджмента модель «4Р» (4 МИКС).
14. Какие элементы включает маркетинг страховщика?
15. Что включает в себя стратегия маркетинга страховой компании?
16. Опишите основные принципы маркетинга страховщика.
17. Охарактеризуйте основные виды маркетинга в деятельности зарубежных страховых компаний.
18. Опишите методы продвижения страховых услуг от страховщика к потенциальным клиентам.
19. Охарактеризуйте этапы появления нового вида страховых услуг потенциальными страхователями.
20. Опишите механизм продвижения нового страхового продукта.

Тема 3 «Изучение рынка страховых услуг. Приемы исследования рынка»

21. В чем особенности развития российского рынка страхования?
22. Что представляет маркетинг в страховании?
23. Какие этапы характеризуют страховой маркетинг?
24. Какие вы знаете основные отрасли страхования?

25 Как осуществляется классификация личного страхования?

26. В чем различие между добровольным медицинским страхованием и обязательным?

27. В чем заключается экономическое назначение страхования имущества?

28. В чем состоят особенности исчисления ставок страховых платежей по имущественному страхованию?

29. Дайте понятие страхования ответственности как отрасли страхования.

30. Охарактеризуйте содержание условия страхования гражданской ответственности перевозчика.

Тема 4 «Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения страховых продуктов»

31. В чем заключается особенность стратегии продвижения страхового продукта?

32. Охарактеризуйте виды маркетинговых стратегий в страховой компании.

33. Что включает в себя процесс формирования маркетинговой стратегии страховой компании?

34. Опишите концепцию продвижения страхового продукта с использованием системы бенчмаркинга и системы брендинга.

35. Реклама, как основа продвижения страхового продукта.

36. Местоположение точек продаж страхового продукта

Тема 5 «Интернет - продажи страховых продуктов»

37. Опишите механизм приобретения полиса через Интернет.

38. В чем заключаются особенности Интернет-продаж полюсов?

39. В чем заключается сущность Интернет-маркетинга?

40. Какие барьеры входа на рынок Интернет страхования существуют?

41. Зарубежный опыт Интернет-продаж страховых продуктов.

42. Особенности Интернет-маркетинга при продвижении страхового продукта.

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типовыми и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий;

недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 1 «Организация и управление страховой деятельностью»

1.Страховой риск- это:

- а) достоверное событие, при наступлении которого возможен ущерб имущественным интересам страхователя;
- б) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб имущественным интересам выгодоприобретателя;
- в) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб застрахованным имущественным интересам страхователя.

2. Страхование представляет собой отношения по защите ... интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплачиваемых ими страховых взносов.

- а) имущественных;
- б) личных;
- в) социальных;
- г) правовых.

3. Какие из перечисленных ниже признаков характеризуют экономическую категорию страхования?

- а) неизбежность наступления страхового события;
- б) раскладка ущерба на неограниченное число лиц;
- в) перераспределение ущерба в пространстве и во времени по определенному кругу лиц;
- г) использование страхового фонда выходит за рамки совокупности плательщиков взносов.

4. Страховщик может передать страховой портфель одному или нескольким страховщикам, если они имеют лицензии на:

- а) осуществление тех видов страхования, по которым передается страховой портфель;
- б) осуществление любого вида страхования;

в) осуществление страхования имущественных интересов;

г) все ответы верны.

5. Страхованием деятельности страховых организаций регламентируется:

а) ГК РФ;

б) Законом РФ «Об организации страхового дела в РФ»;

в) правилами страхования страховой компании.

6. Согласно условиям лицензирования, страхование имущества граждан

– это:

а) отрасль страхования;

б) подотрасль страхования;

в) вид страхования;

г) подвид страхования.

7. Правила добровольного вида страхования утверждаются:

а) органом страхового надзора;

б) Всероссийским союзом страховщиков;

в) определяются Законом «Об организации страхового дела в РФ»;

г) каждым страховщиком самостоятельно.

8. Имеет ли лицензия на осуществление страхования ограничение по сроку действия:

а) да;

б) нет;

в) да, при отсутствии информации, позволяющей достоверно оценить страховой риск.

9. Совершившимся событием, предусмотренным договором страхования или законом, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести страховую выплату, является:

а) страховое событие;

б) страховой случай;

в) ситуация риска;

г) страховое возмещение.

10. Для каких целей в договоре страхования применяется франшиза:

а) для досрочного прекращения договора страхования;

б) для изменения ответственности страховщика;

в) для уменьшения страхового взноса;

г) для освобождения страховщика от расходов, связанных с ликвидацией мелких убытков.

Тема 2 «Специфика страхового продукта в планировании и продвижении. Понятие страхового маркетинга»

11. Маркетинг в страховании это метод:

а) изучение общественного мнения относительно природных или техногенных катастрофических событий;

б) комплексного подхода к вопросам организации и управления коммерческой деятельностью страховой компании;

в) изучение рынка страховых услуг;

г) изучение платежеспособности населения заданного региона;

д) улучшение качества страховых продуктов компании

12. К элементам маркетинга относят:

а) оперативный, стратегический, регулятивный;

б) финансовый, оперативный, стратегический;

в) стратегический, оперативный, организационный;

г) стратегический, оперативный, страховой;

д) стратегический, финансовый, регулятивный

13. Служба маркетинга страховой компании рассматривается как:

а) подразделение, осуществляющее подбор, расстановку и обучение кадров компании;

б) подразделение, ведающее подготовкой правил страхования;

в) структурная единица, изучает новые направления развития страховых продуктов;

г) подразделение, ведающее вопросами рекламы в компании.

14. Спрос на страховые услуги на рынке формируют:

а) сами страховые компании;

б) природные страховые события;

в) техногенные аварии и другие катаклизмы;

г) средства массовой информации;

д) законодательные органы страны.

15. Задача службе маркетинга компании могут ставиться в форме:

а) предложения, направленной на получение определенной суммы средств на счета компании;

б) конкретной проблемы в деятельности страховщика с предложением разработать варианты ее решения или устранения причин, приведших к ней;

в) задачи на выбор оптимального варианта из имеющихся возможных, по конкретным вопросам в деятельности страховщика;

г) запросов получения экспертной оценки по конкретному вопросу;

д) просьба вывести компанию на лидирующие позиции.

16. Планирование стратегии и тактики маркетинга. Основная цель:

а) завладеть долей страхового рынка;

б) осуществлять постоянный контроль над формированием спроса;

в) подготовить новые страховые продукты;

г) разработать рекламную продукцию.

17. Маркетинговая политика страховщика направлена на:

а) увеличение объема страховых премий;

б) разработку конкурентоспособных страховых продуктов;

в) получение дополнительной прибыли;

г) расширение страхового поля;

д) повышение имиджа компании.

18. Страховой агент является уполномоченным лицом:

а) страховщика;

б) страхователя;

в) брокера;

г) перестраховщика.

19. Целью рекламы является:

- а) распространение положительного имиджа страховщика через средства массовой информации;
- б) получения дополнительной прибыли;
- в) всемерно способствовать заключению новых и возобновлению действующих договоров страхования;
- г) поднятие активности страхователей;
- д) расширение страхового поля

20. Рациональная реклама используется для:

- а) рекламирования услуг компании;
- б) убеждает страхователя в необходимости определенного страхового продукта;
- в) повышение профессионального уровня страховых агентов;
- г) адресного направления рекламных материалов непосредственно тем субъектам, к которым обратился страховщик;
- д) улучшение имиджа страховщика.

Тема 3 «Изучение рынка страховых услуг. Приемы исследования рынка»

21. На страховом рынке предложение можно оценивать на основе:

- а) емкости страхового рынка;
- б) страхового интереса;
- в) страхового поля;
- г) ассортимента страхового рынка.

22. К страховым резервам относятся:

- а) собственные средства страховщика;
- б) стабилизационный резерв;
- в) резервный капитал страховщика.

23. Страховые резервы в основном предназначены:

- а) для формирования страхового фонда;
- б) для осуществления страховых выплат;
- в) для финансирования страховой деятельности.

24. Субъектами инфраструктуры страхового рынка являются:

- а) страховые аудиторы;
- б) актуарии;
- в) страховые агенты;
- г) страхователи;
- д) аварийные комиссары.

25. Укажите составные элементы страхового рынка согласно отраслевой классификации:

- а) местный, региональный, национальный, международный;
- б) рынки имущественного и личного страхования;
- в) государственный и частный рынки;
- г) внутренний и внешний рынки.

26. Укажите, что относится к функциям страхового маркетинга:

- а) обеспечение своевременной уплаты страховых взносов;
- б) разработка условий страхования и реклама;
- в) контроль работы страховых агентов;
- г) расчет страховых взносов и страхового возмещения;
- д) комплексное изучение страхового рынка.

27. Страховой рынок – это:

- а) совокупность страховых и перестраховочных обществ, страховых посредников и страхователей;
- б) особая социально-экономическая среда, сфера денежных отношений, где объектом купли-продажи выступает страховая защита и где формируется спрос и предложение на нее;
- г) особая форма организации денежных отношений по формированию и распределению целевых фондов денежных средств, связанных с обеспечением страховой защиты общества.

28. В территориальном аспекте страховой рынок может быть:

- а) местным;
- б) национальным;
- в) мировым;
- г) все ответы верны.

29. Укажите, кто из перечисленных лиц является страховым агентом:

- а) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования;
- б) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от имени и по поручению страховщика;
- в) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от имени страхователя и по поручению страховщика;
- г) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от своего имени и по поручению страховщика.

30. Средствами конкурентной борьбы на страховом рынке являются:

- а) снижение страховых ставок;
- б) экономический шпионаж;
- в) улучшение качества обслуживания страхователей;
- г) предложение новых видов страхования;
- д) компрометация конкурентов.

Тема 4 «Разработка комплексной маркетинговой стратегии продвижения страховых продуктов»

31. Маркетинговые стратегии, позволяющие страховой компании выбрать наиболее привлекательный целевой сегмент для удовлетворения потребностей этого сегмента с максимальной прибылью для компании, называются

- а) функциональные стратегии;
- б) стратегии сегментирования;
- в) стратегии позиционирования;
- г) стратегии снятия сливок.

32. Маркетинговые стратегии, позволяющие страховой компании осуществлять выбор целевых сегментов и вырабатывать для них соответствующие маркетинговые комплексы, называются

- а) функциональные стратегии;
- б) стратегии сегментирования;
- в) стратегии позиционирования;
- г) стратегии снятия сливок.

33. Маркетинговые стратегии, позволяющие определить наиболее привлекательное положение продуктов страховой компании в сознании целевых клиентских сегментов, называются

- а) функциональные стратегии;
- б) стратегии сегментирования;
- в) стратегии позиционирования;
- г) стратегии снятия сливок.

34. Определение количества договоров страхования, при заключении которого уровень рентабельности страховой деятельности будет равен нулю, называется

- а) точка безубыточности;
- б) рентабельность;
- в) прибыль;
- г) объем продаж.

35. Доходы, рассчитанные путем деления общей спрогнозированной суммы страховых взносов на количество договоров, подлежащих продаже, называются:

- а) объем продаж;
- б) средний доход;
- в) точка безубыточности;
- г) средние переменные затраты.

36. Составляющие страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

- а) свойства, обслуживание, гарантии;
- б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;
- в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;
- г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

37. Составляющие цены страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

- а) свойства, обслуживание, гарантии;
- б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;
- в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;
- г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

38. Составляющие процедуры продвижения страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

- а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

39. Составляющие процесса распространения страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

40. Совокупность действующих за пределами и внутри страховой компании субъектов, сил, которые влияют на развитие и поддержание службам маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми страхователями, называется:

а) маркетинговая среда страховой компании;

б) потребительская среда страховой компании;

в) маркетинговая концепция;

г) маркетинговая деятельность.

Тема 5 «Интернет - продажи страховых продуктов»

41. Направления реализации полномочий от высшего уровня управления к низшим определены в следующей структуре:

а) функциональной;

б) последовательной;

в) иерархической;

г) линейной.

42. Системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам, и контроль соответствующего уровня, называются:

а) Мидл-офис;

б) Бэк-офис;

в) Колл-офис;

г) Фронт-офис.

43. Бэк-офисные системы включают:

а) системы, консолидирующие информацию из других подразделений и обеспечивающие отчетность;

б) системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам, и контроль соответствующего уровня;

в) автоматизирующие процедуры заключения и регистрации сделок, мониторинг рынка;

г) автоматизированный мониторинг рисков и другие контрольные задачи.

44. Мидл-офисные системы включают:

а) системы, консолидирующие информацию из других подразделений и

обеспечивающие отчетность;

б) системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам;

в) контроль соответствующего уровня;

г) автоматизированный мониторинг рисков и другие контрольные задачи.

45. Комплексное страхование объектов частной собственности является продуктом-локомотивом таким целевым клиентским сегментам как:

а) «VIP-клиенты»;

б) «Средний сегмент»;

в) «Нижний сегмент»;

г) «Нежелательный сегмент».

46. Упорядоченная и последовательная совокупность действий для осуществления продажи, называется:

а) технологией продаж;

б) сегментация рынка;

в) стратегия страховой организации;

г) организационная структура страховой организации.

47. Технология прямых продаж включает такой вид продаж как

а) агентские продажи;

б) брокерские продажи;

в) банковское страхование;

г) Интернет-маркетинг.

48. Технология посреднических продаж включает такой вид продаж как

а) телемаркетинг;

б) брокерские продажи;

в) Интернет;

г) офисные продажи.

49. Соотнесите системы страховой компании и отделы:

А. Бэк-офис

а) бизнес-администрирование;

Б. Мидл-офис

б) отдел урегулирование убытков;

В. Фронт-офис

в) финансово-экономический отдел;

г) информационные технологии;

д) инвестиционный отдел;

е) отдел перестрахования.

50. Соотнесите системы страховой компании и функции отделов:

А. Бэк-офис

а) подготовка страховой документации;

Б. Мидл-офис

б) разработка страховых программ;

В. Фронт-офис

в) продвижение страхового продукта;

г) урегулирование убытков;

д) повышение квалификации кадров;

е) исследования рынка.

Шкала оценивания: 4-балльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 4-балльной шкале:

4 баллов соответствуют оценке «отлично»;

3 баллов – оценке «хорошо»;

2 баллов – оценке «удовлетворительно»;

1 баллов и менее – оценке «неудовлетворительно».

1.4 СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ

Тема 3 «Изучение рынка страховых услуг. Приемы исследования рынка»

Задача 1. На момент заключения договора страхования застрахованный находится в возрасте 30 лет. Срок страхования – 10 лет. Определить вероятность дожития лица до возраста 40 лет, т.е. до окончания срока страхования.

Задача 2. Страховая компания обладает страховым фондом в сумме 1200000 руб. Определить размер страхового фонда, который будет иметь страховая компания через 6 лет, при норме доходности 3% в год.

Задача 3. Страховая компания «Омега» желает через 8 лет иметь страховой фонд в размере 1400000 руб. Определить современную стоимость страхового фонда, если норма доходности ожидается 4,2% в год.

Задача 4. Петров В.И., находясь в возрасте 20 лет, заключил договор страхования на дожитие на срок 5 лет. Определить нетто-ставку на дожитие по договору страхования, если норма доходности составляет 3,1% годовых.

Задача 5. Смирнова О.И. заключила договор страхования на случай смерти на срок 5 лет. Определите нетто-ставку на случай смерти по данному договору, если норма доходности составляет 3,3% годовых.

Задача 6. Петрова С.И. заключила договор страхования на случай смерти на срок 10 лет. Страховая сумма по договору составила 25000 рублей. Норма доходности – 3,1% годовых. Рассчитать нетто-ставку на случай смерти по данному договору и размер страхового платежа.

Задача 7. Иванов И.И. заключил договор страхования имущества сроком на 1 год, на сумму 80000 руб. Тарифная ставка 0,40 руб. со 100 руб. страховой суммы. За непрерывность страхования предоставлена скидка 10%. Через 5 месяцев после заключения договора, в результате пожара имущество Иванова И.И. полностью сгорело. Определить страховой платеж и страховое возмещение Иванову И.И. Имущество застраховано от всех рисков, страховой платеж внесен полностью.

Задача 8. Сидоров А.А. заключил договор страхования на жилой дом стоимостью 1200000 руб. сроком на 1 год. Тарифная ставка составляет 0,9 руб. со 100 руб. страхового тарифа.

В результате грозы, через 2 месяца после заключения договора, дом сгорел. Эксперт оценил пригодные к использованию остатки: фундамент – 100000 руб., кирпич – 28000 руб. Определить страховой платеж и возмещение.

Критерии оценивания решения ситуационной задачи:

Критерии оценивания:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1. Укажите, какие из перечисленных ниже принципов относятся к группе принципов осуществления страховых правоотношений:

- а) принцип наивысшего доверия;
- б) принцип эквивалентности;
- в) принцип наличия причинно-следственной связи убытка и событий его вызвавших;
- г) принцип страхуемости риска;
- д) принцип суброгации.

2. Принцип суброгации означает:

- а) замещение страхователя страховщиком в случае предъявления

претензий против третьего лица о компенсации ущерба, произведенной страховщиком;

б) замещение одной формы страхового полиса на другую;

в) соглашение со страховщиком о выпуске страхового полиса от имени другого страховщика.

3. Какие термины и понятия относятся к группе терминов, связанных с процессом формирования страхового фонда:

а) страховщик;

б) страховая премия;

в) лимит страхования;

г) страховое событие;

д) франшиза;

е) бордеро.

4. Существенным условием по договору страхования является:

а) размер страхового тарифа;

б) размер страховой суммы;

в) размер страховой выплаты.

5. Страховой риск- это:

а) достоверное событие, при наступлении которого возможен ущерб имущественным интересам страхователя;

б) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб имущественным интересам выгодоприобретателя;

в) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб застрахованным имущественным интересам страхователя.

6. Страхование представляет собой отношения по защите ... интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплачиваемых ими страховых взносов.

а) имущественных;

б) личных;

в) социальных;

г) правовых.

7. Какие из перечисленных ниже признаков характеризуют экономическую категорию страхования?

а) неизбежность наступления страхового события;

б) раскладка ущерба на неограниченное число лиц;

в) перераспределение ущерба в пространстве и во времени по определенному кругу лиц;

г) использование страхового фонда выходит за рамки совокупности плательщиков взносов.

8. Страховщик может передать страховой портфель одному или нескольким страховщикам, если они имеют лицензии на:

а) осуществление тех видов страхования, по которым передается страховой портфель;

б) осуществление любого вида страхования;

в) осуществление страхования имущественных интересов;

г) все ответы верны.

9. Страховая деятельность страховых организаций регламентируется:

а) ГК РФ;

б) Законом РФ «Об организации страхового дела в РФ»;

в) правилами страхования страховой компании.

10. Согласно условиям лицензирования, страхование имущества граждан

– это:

а) отрасль страхования;

б) подотрасль страхования;

в) вид страхования;

г) подвид страхования.

11. Правила добровольного вида страхования утверждаются:

а) органом страхового надзора;

б) Всероссийским союзом страховщиков;

в) определяются Законом «Об организации страхового дела в РФ»;

г) каждым страховщиком самостоятельно.

12. Имеет ли лицензия на осуществление страхования ограничение по сроку действия:

а) да;

б) нет;

в) да, при отсутствии информации, позволяющей достоверно оценить страховой риск.

13. Совершившимся событием, предусмотренным договором страхования или законом, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести страховую выплату, является:

а) страховое событие;

б) страховой случай;

в) ситуация риска;

г) страховое возмещение.

14. Для каких целей в договоре страхования применяется франшиза:

а) для досрочного прекращения договора страхования;

б) для изменения ответственности страховщика;

в) для уменьшения страхового взноса;

г) для освобождения страховщика от расходов, связанных с ликвидацией мелких убытков.

15. Какая из систем страховой ответственности в наибольшей степени соответствует принципу полноты страховой защиты:

а) система первого риска;

б) система предельной ответственности;

в) система дробной части;

г) система действительной стоимости;

д) система восстановительной стоимости;

е) система пропорциональной ответственности.

16. Федеральный закон о конкретном виде обязательного страхования

должен содержать следующие положения:

- а) перечень страховых случаев;
- б) срок и порядок уплаты страховой премии (страховых взносов);
- в) субъекты и объекты страхования;
- г) информацию о страховщиках, осуществляющих данный вид страхования;
- д) срок действия договора страхования;
- е) информацию о потенциальных страхователях (наименование, адрес и т. д.);
- ё) минимальный размер страховой суммы или порядок ее определения.

17. Какие из отраслей права регулируют отношения между государством и субъектами страхового рынка:

- а) административное право;
- б) гражданское право;
- в) государственное право;
- г) финансовое право;
- д) международное частное право.

18. Целями создания страхового надзора в РФ являются:

- а) контроль за соблюдением действующего страхового законодательства;
- б) контроль за своевременностью уплаты налогов в бюджет;
- в) защита прав и интересов страхователей;
- г) контроль за своевременностью отчислений средств в доходы государственных внебюджетных фондов;
- д) защита прав и интересов страховщиков;
- е) разработка правил проведения страховых операций.

19. Укажите, какие из предложенных документов необходимы для получения страховой компанией лицензии на осуществление страховой деятельности:

- а) положение об оплате труда страховых агентов;
- б) учредительные документы;
- в) сведения о работниках страховой компании;
- г) сведения о составе акционеров (участников);
- д) справка банка о размере оплаченного уставного капитала;
- е) аудиторское заключение.

20. Укажите, с какого момента договор страхования вступает в силу:

- а) после подписания договора всеми участвующими сторонами;
- б) на следующий день после уплаты страховых взносов наличными;
- в) со дня, указанного в договоре, при досрочной уплате страховых взносов;
- г) со дня подписания договора;
- д) после наступления страхового случая.

21. Договор страхования считается недействительным:

- а) при одновременном страховании жизни и имущества страхователя по одному договору;
- б) если объектом страхования является конфискованное имущество;

- в) при принятии судом соответствующего решения;
- г) при ликвидации страховщика;
- д) при заключении договора после страхового случая;
- е) в случае смерти опекуна страхователя – недееспособного физического лица.

22. Планирование стратегии и тактики маркетинга. Основная цель:

- а) завладеть долей страхового рынка;
- б) осуществлять постоянный контроль над формированием спроса;
- в) подготовить новые страховые продукты;
- г) разработать рекламную продукцию.

23. Маркетинговая политика страховщика направлена на:

- а) увеличение объема страховых премий;
- б) разработку конкурентоспособных страховых продуктов;
- в) получение дополнительной прибыли;
- г) расширение страхового поля;
- д) повышение имиджа компании.

24. Страховой агент является уполномоченным лицом:

- а) страховщика;
- б) страхователя;
- в) брокера;
- г) перестраховщика.

25. Целью рекламы является:

- а) распространение положительного имиджа страховщика через средства массовой информации;
- б) получения дополнительной прибыли;
- в) всемерно способствовать заключению новых и возобновлению действующих договоров страхования;
- г) поднятие активности страхователей;
- д) расширение страхового поля

26. Рациональная реклама используется для:

- а) рекламирования услуг компании;
- б) убеждает страхователя в необходимости определенного страхового продукта;
- в) повышение профессионального уровня страховых агентов;
- г) адресного направления рекламных материалов непосредственно тем субъектам, к которым обратился страховщик;
- д) улучшение имиджа страховщика.

27. Ассоциативная реклама формирует у потенциального

потребителя:

- а) желание страховаться;
- б) эмоции и чувства по ее содержанию;
- в) убеждение приобрести страховой полис;
- г) потребность приобрести тот или иной страховой продукт;
- д) аргументы обратиться к определенной страховой компании.

28. Страховой продукт – это:

- а) страховой полис;
- б) процесс заключения договора страхования;
- в) комплекс обязательств страховщика;
- г) долговое обязательство страховщика;
- д) страховое возмещение.

29. Минимизация риска осуществляется:

- а) на каждом этапе процесса страхования;
- б) при наступлении страхового случая;
- в) при определении размера страхового случая;
- г) при заключении страхового договора;
- д) при суброгации (использовании регрессных прав).

30. Выполнение страхователем обязательств по договору страхования

представляет собой:

- а) составляющую страхового продукта;
- б) часть страхового взноса;
- в) одно из условий для получения страхового возмещения;
- г) основания для уплаты танъемы;
- д) своевременную уплату страховых взносов

31. Основные факторы повышения эффективности реализации

страхового продукта следующие:

- а) страховой тариф, страховая сумма, срок действия договора;
- б) страховой тариф, риски, франшизы;
- в) обязательства сторон, риски, размер страховых резервов;
- г) качество страхового продукта, сервис;
- д) качество страхового продукта, тариф, реклама

32. Укажите составные элементы страхового рынка согласно отраслевой

классификации:

- а) местный, региональный, национальный, международный;
- б) рынки имущественного и личного страхования;
- в) государственный и частный рынки;
- г) внутренний и внешний рынки.

33. Укажите, что относится к функциям страхового маркетинга:

- а) обеспечение своевременной уплаты страховых взносов;
- б) разработка условий страхования и реклама;
- в) контроль работы страховых агентов;
- г) расчет страховых взносов и страхового возмещения;
- д) комплексное изучение страхового рынка.

34. Страховой рынок – это:

а) совокупность страховых и перестраховочных обществ, страховых посредников и страхователей;

б) особая социально-экономическая среда, сфера денежных отношений, где объектом купли-продажи выступает страховая защита и где формируется спрос и предложение на нее;

г) особая форма организации денежных отношений по формированию и распределению целевых фондов денежных средств, связанных с обеспечением страховой защиты общества.

35. В территориальном аспекте страховой рынок может быть:

а) местным;

б) национальным;

в) мировым;

г) все ответы верны.

36. Укажите, кто из перечисленных лиц является страховым агентом:

а) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования;

б) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от имени и по поручению страховщика;

в) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от имени страхователя и по поручению страховщика;

г) любое юридическое или физическое лицо, заключившее договор страхования от своего имени и по поручению страховщика.

37. Средствами конкурентной борьбы на страховом рынке являются:

а) снижение страховых ставок;

б) экономический шпионаж;

в) улучшение качества обслуживания страхователей;

г) предложение новых видов страхования;

д) компрометация конкурентов.

38. Преимущества страхового рынка России для иностранных страховщиков являются:

а) отсутствие долгов перед иностранными финансовыми институтами;

б) географическое положение страны;

в) наличие дешевой рабочей силы;

г) более низкая по сравнению с Европой убыточность страховых операций.

39. Внешняя среда страхового рынка характеризуется следующими переменными:

а) инвестиции;

б) демографические и социально-культурные компоненты;

в) система тарифов;

г) ноу-хау;

д) стратегия и тактика страховой организации.

40. Внутренняя система страхового рынка характеризуется такими управленческими переменными, как:

а) кадры страховой организации;

- б) страхователи;
- в) конкуренты;
- г) финансовые ресурсы страховой организации;
- д) страховые услуги страховой организации.

41. Для получения лицензии на осуществление добровольного и (или) обязательного страхования, взаимного страхования соискатель лицензии представляет в орган страхового надзора:

- а) заявление о предоставлении лицензии;
- б) учредительные документы соискателя лицензии;
- в) документ о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица;
- г) водительские права;
- д) документы, подтверждающие оплату уставного капитала.

42. Личное страхование является видом:

- а) добровольного страхования;
- б) обязательного страхования;
- в) добровольного и обязательного страхования.

43. Договор страхования – это:

- а) соглашение, при котором страховщик принимает на себя обязательство за предусмотренное вознаграждение возместить убытки страхователя, произошедшие вследствие оговоренных в договоре случаев;
- б) юридический документ, регламентирующий дарение имущества, ценностей или прав;
- в) договор, согласно которому исполнитель берет на себя обязательства по заданию заказчика оказать определенную услугу, а заказчик обязуется эту услугу или услуги оплатить;
- г) соглашение сторон по безвозмездной передаче имущества одним лицом другому.

44. Как классифицируется личное страхование по количеству лиц, указанных в договоре:

- а) краткосрочное страхование, долгосрочное страхование
- б) индивидуальное страхование, коллективное страхование
- в) страхование медицинских расходов;
- г) страхование жизни, страхование от несчастных случаев;

45. По форме выплаты страхового обеспечения личное страхование бывает:

- а) страхование с единовременной выплатой страховой суммы;
- б) страхование с уплатой единовременных взносов;
- в) страхование с ежегодной выплатой страховой суммы;
- г) страхование с ежегодной уплатой взносов.

46. Страхование жизни предусматривает:

- а) обязанности страховщика по договорам со сроком не менее 1 года и страховым выплатам в случае смерти застрахованного лица;
- б) обязанности страховщика по договорам со сроком не менее 1 года и страховым выплатам в случае смерти застрахованного лица в случае смерти

или болезни;

в) обязанности страховщика страховым выплатам в фиксированной сумме, либо в размере частичной или полной компенсации расходов застрахованного лица, вызванного нанесением вреда здоровью застрахованного вследствие несчастного случая;

г) обязанности страховщика по осуществлению страховых выплат в размере частичной или полной компенсации дополнительных расходов застрахованного, вызванных обращением застрахованного в медицинские учреждения за медицинскими услугами.

47. Смешанное страхование жизни это:

а) комбинация страхования на случай жизни и случай смерти;

б) комбинация разных сроков страхования;

в) страхования жизни нескольких человек;

г) страхование от нескольких страховых случаев.

48. Классификация личного страхования по форме уплаты страховых премий:

а) страхование с уплатой единовременных премий, страхование с ежегодной уплатой премии, страхование с ежемесячной уплатой премией;

б) страхование с уплатой единовременных премий, страхование с ежегодной уплатой премии, страхование с выплатой страховой суммы в форме ренты;

в) краткосрочные, долгосрочные, среднесрочные.

49. В добровольном личном страховании страховая сумма по договору устанавливается:

а) в соответствии с размером уставного капитала страховщика;

б) по соглашению сторон;

в) с учетом пропорционального соотношения страховых сумм по ранее заключенным договорам в отношении данного страхователя (застрахованного).

50. К страховым случаям в правилах страхования любого имущества относят:

а) повреждение застрахованного имущества в результате оговоренных в договоре причин;

б) повреждение или утрату застрахованного имущества в результате оговоренных в договоре причин;

в) утрату (потерю) застрахованного имущества в результате оговоренных в договоре причин.

51. При осуществлении страхования имущества страховая сумма:

а) может превышать действительную стоимость имущества на момент заключения договора страхования;

б) не может превышать действительную стоимость имущества на момент заключения договора страхования;

в) может превышать действительную стоимость имущества на момент наступления страхового случая

52. Страховщик не освобождается от выплаты страхового возмещения, если доказана вина страхователя (застрахованного лица), по договору:

- а) страхования гражданской ответственности за причинение вреда жизни или здоровью;
- б) личного страхования;
- в) обязательного страхования.

53. По договору страхования ответственности страховщик выплачивает третьим лицам возмещение:

- а) в пределах установленного лимита страховой ответственности
- б) в пределах уплаченных страховых премий
- в) в размере определённого процента от ущерба
- г) в размере понесённого ущерба

54. Договор страхования гражданской ответственности предусматривает:

- а) обязанность страховщика произвести страховую выплату при повреждении имущества страхователя;
- б) обязанность страховщика произвести страховую выплату при повреждении страхователем имущества третьих лиц и причинении вреда жизни или здоровью третьих лиц
- в) обязанность страхователя произвести страховую выплату при повреждении страховщиком имущества жизни или здоровья страхователя

55. Страховым случаем при страховании ответственности за нанесение вреда считается:

- а) возникновение ответственности страховщика;
- б) нанесение ущерба потерпевшему;
- в) предъявление иска о возмещении причиненного вреда.

56. Маркетинговые стратегии, позволяющие определить наиболее привлекательное положение продуктов страховой компании в сознании целевых клиентских сегментов, называются

- а) функциональные стратегии;
- б) стратегии сегментирования;
- в) стратегии позиционирования;
- г) стратегии снятия сливок.

57. Определение количества договоров страхования, при заключении которого уровень рентабельности страховой деятельности будет равен нулю, называется

- а) точка безубыточности;
- б) рентабельность;
- в) прибыль;
- г) объем продаж.

58. Доходы, рассчитанные путем деления общей спрогнозированной суммы страховых взносов на количество договоров, подлежащих продаже, называются:

- а) объем продаж;
- б) средний доход;
- в) точка безубыточности;
- г) средние переменные затраты.

59. Составляющие страхового продукта в маркетинговом комплексе

страховой компании:

а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

60. Составляющие цены страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

61. Составляющие процедуры продвижения страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

62. Составляющие процесса распространения страхового продукта в маркетинговом комплексе страховой компании:

а) свойства, обслуживание, гарантии;

б) страховой тариф, страховая премия, страховая стоимость, страховая сумма;

в) реклама, личное продвижение, стимулирование сбыта, PR;

г) каналы распределения, охват рынка, местоположение точек продаж.

63. Совокупность действующих за пределами и внутри страховой компании субъектов, сил, которые влияют на развитие и поддержание службам маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми страхователями, называется:

а) маркетинговая среда страховой компании;

б) потребительская среда страховой компании;

в) маркетинговая концепция;

г) маркетинговая деятельность.

64. Установление с самого начала продвижения на рынке нового или усовершенствованного продукта высокой цены в расчете на потребителей, готовых купить его по такой цене, называется:

а) ценой «снятия сливок»;

б) ценой на внедрение страхового продукта на рынок;

в) психологической ценой;

г) скользящей ценой.

65. Установление значительно более низкой цены, чем действует на рынке на аналогичные продукты, называется:

а) ценой «снятия сливок»;

- б) ценой на внедрение страхового продукта на рынок;
- в) психологической ценой;
- г) скользящей ценой.

66. Установление цены на страховые проекты, в зависимости от соотношения спроса и предложения и постепенного снижения по мере насыщения рынка, называется:

- а) ценой «снятия сливок»;
- б) ценой на внедрение страхового продукта на рынок;
- в) психологической ценой;
- г) скользящей ценой.

67. Маркетинговая стратегия, при которой страховая компания выходит на весь рынок с единственным предложением, игнорируя различия между сегментами рынка, называется:

- а) стратегией дифференцированного маркетинга;
- б) стратегией недифференцированного маркетинга;
- в) стратегией концентрированного маркетинга;
- г) стратегией диверсифицированного маркетинга.

68. Факторы, определяющие выбор канала сбыта страхового продукта

- а) персонал продаж, телекоммуникации, почтовая рассылка;
- б) подготовка страхового продукта к продаже; информирование потребителей; сбор информации;
- в) страховой продукт, его характеристика, предоставляемый сервис, возможность модификации, структура тарифной ставки;
- г) стимулирование спроса на страхование, улучшение имиджа страховщика.

69. Цели продвижения страхового продукта

- а) стимулирование спроса на страхование, улучшение имиджа страховщика;
- б) подготовка страхового продукта к продаже; информирование потребителей; сбор информации;
- в) разработка стратегии развития, выбор целевых клиентских сегментов;
- г) организация службы маркетинга.

70. Направления реализации полномочий от высшего уровня управления к низшим определены в следующей структуре:

- а) функциональной;
- б) последовательной;
- в) иерархической;
- г) линейной.

71. Системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам, и контроль соответствующего уровня, называются:

- а) Мидл-офис;
- б) Бэк-офис;
- в) Колл-офис;
- г) Фронт-офис.

72. Бэк-офисные системы включают:

- а) системы, консолидирующие информацию из других подразделений и обеспечивающие отчетность;
- б) системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам, и контроль соответствующего уровня;
- в) автоматизирующие процедуры заключения и регистрации сделок, мониторинг рынка;
- г) автоматизированный мониторинг рисков и другие контрольные задачи.

73. Мидл-офисные системы включают:

- а) системы, консолидирующие информацию из других подразделений и обеспечивающие отчетность;
- б) системы, автоматизирующие и оптимизирующие процесс исполнения обязательств по заключенным сделкам;
- в) контроль соответствующего уровня;
- г) автоматизированный мониторинг рисков и другие контрольные задачи.

74. Комплексное страхование объектов частной собственности является продуктом-локомотивом таким целевым клиентским сегментам как:

- а) «VIP-клиенты»;
- б) «Средний сегмент»;
- в) «Нижний сегмент»;
- г) «Нежелательный сегмент».

75. Упорядоченная и последовательная совокупность действий для осуществления продажи, называется:

- а) технологией продаж;
- б) сегментация рынка;
- в) стратегия страховой организации;
- г) организационная структура страховой организации.

76. Технология прямых продаж включает такой вид продаж как

- а) агентские продажи;
- б) брокерские продажи;
- в) банковское страхование;
- г) Интернет-маркетинг.

77. Технология посреднических продаж включает такой вид продаж как

- а) телемаркетинг;
- б) брокерские продажи;
- в) Интернет;
- г) офисные продажи.

78. Соотнесите системы страховой компании и отделы:

- | | |
|---------------|-----------------------------------|
| А. Бэк-офис | а) бизнес-администрирование; |
| Б. Мидл-офис | б) отдел урегулирование убытков; |
| В. Фронт-офис | в) финансово-экономический отдел; |
| | г) информационные технологии; |
| | д) инвестиционный отдел; |

е) отдел перестрахования.

79. Соотнесите системы страховой компании и функции отделов:

- | | |
|---------------|---------------------------------------|
| А. Бэк-офис | а) подготовка страховой документации; |
| Б. Мидл-офис | б) разработка страховых программ; |
| В. Фронт-офис | в) продвижение страхового продукта; |
| | г) урегулирование убытков; |
| | д) повышение квалификации кадров; |
| | е) исследования рынка. |

80. Соотнесите системы страховой компании и функции отделов:

- | | |
|---------------|---|
| А. Бэк-офис | а) контроль прибыли; |
| Б. Мидл-офис | б) оптимизация потоков наличности; |
| В. Фронт-офис | в) подтверждение платежей; |
| | г) поддержка операций, производимых со сделкой; |
| | д) обеспечение учета средств клиентов; |
| | е) аналитические функции. |

81. Соотношение прямых и косвенных каналов продаж:

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| А. Прямые каналы продаж | а) персонал продаж; |
| Б. Косвенные каналы продаж | б) телекоммуникации; |
| | в) почтовая рассылка; |
| | г) банки; |
| | д) автодилеры; |
| | е) билетные кассы. |

82. Соотношение каналов продаж и видов страховых продуктов:

- | | |
|----------------------------|---------------------------------------|
| А. Банки | а) ипотечное страхование; |
| Б. Автодилеры и автосалоны | б) страхование залогового имущества; |
| | в) страхование жизни; |
| | г) ОСАГО; |
| | д) страхование от несчастных случаев. |

83. Маркетинговая стратегия, при которой страховая компания принимает решение ориентироваться на несколько сегментов рынка и разрабатывает для каждого из них отдельные предложения, называется:

- а) стратегией дифференцированного маркетинга;
- б) стратегией недифференцированного маркетинга;
- в) стратегией концентрированного маркетинга;
- г) стратегией диверсифицированного маркетинга.

84. Маркетинговая стратегия, при которой страховая компания стремится к охвату наиболее крупной части одного или нескольких субрынков, называется:

- а) стратегией дифференцированного маркетинга;
- б) стратегией недифференцированного маркетинга;

- в) стратегией концентрированного маркетинга;
- г) стратегией диверсифицированного маркетинга.

85. С какой целью формируется страховой фонд?

- а) выплаты налогов;
- б) возмещения ущерба;
- в) для кредитования юридических и физических лиц;
- г) для обеспечения финансовой устойчивости.

86. Отличительные особенности страхования как экономической категории проявляются:

- а) в денежном характере отношений;
- б) замкнутой раскладке ущерба;
- в) в создании целевых фондов денежных средств;
- г) вероятностном (случайном) характере отношений.

87. Необходимой основой существования страхования является:

- а) финансовые службы государства;
- б) потребность физических и юридических лиц в обеспечении безопасности, минимизации и ликвидации экономических потерь;
- в) товарное производство и обращение товаров.

88. Укажите, какие из перечисленных ниже принципов относятся к группе принципов осуществления страховых правоотношений:

- а) принцип наивысшего доверия;
- б) принцип эквивалентности;
- в) принцип наличия причинно-следственной связи убытка и событий его вызвавших;
- г) принцип страхуемости риска;
- д) принцип суброгации.

89. Существенным условием по договору страхования является:

- а) размер страхового тарифа;
- б) размер страховой суммы;
- в) размер страховой выплаты.

90. Страховой риск- это:

- а) достоверное событие, при наступлении которого возможен ущерб имущественным интересам страхователя;
- б) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб имущественным интересам выгодоприобретателя;
- в) вероятное и случайное событие, при наступлении которого может быть нанесен ущерб застрахованным имущественным интересам страхователя.

91. Из числа рисков, которые могут быть приняты на страхование, исключаются:

- а) достоверные события;
- б) события, связанные с чрезвычайным ущербом;
- в) события, вероятность наступления которых мала.

92. Источником спроса на страховые услуги не является:

- а) развитие рынка недвижимости;
- б) приватизация государственного жилого фонда;

- в) развитие ипотечного кредитования;
- г) увеличение трудоспособного населения.

93. Для получения лицензии на осуществление страховой брокерской деятельности соискатель лицензии представляет в орган страхового надзора:

- а) заявление о предоставлении лицензии;
- б) документ о регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- в) учредительные документы соискателя лицензии – юридического лица;
- г) образцы договоров, необходимых для осуществления страховой брокерской деятельности;
- д) документы, подтверждающие квалификацию работников страхового брокера и квалификацию страхового брокера индивидуального предпринимателя;
- е) все варианты верны.

94. При решении об отзыве лицензии у субъекта страхового дела на осуществление деятельности последних прекращается:

- а) со дня принятия решения;
- б) со дня опубликования в СМИ;
- в) через 7 дней со дня принятия решения.

95. Для получения лицензии на осуществление добровольного и (или) обязательного страхования, взаимного страхования соискатель лицензии представляет в орган страхового надзора:

- а) заявление о предоставлении лицензии;
- б) учредительные документы соискателя лицензии;
- в) документ о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица;
- г) водительские права;
- д) документы, подтверждающие оплату уставного капитала.

96. Право на осуществление деятельности в сфере страхового дела предоставляется:

- а) страховым организациям, имеющим лицензию;
- б) страховым брокерам, имеющим лицензию;
- в) страховым агентам;
- г) все ответы верны.

97. Страховые актуарии должны иметь:

- а) диплом о высшем математическом образовании;
- б) диплом о высшем экономическом образовании;
- в) лицензию;
- г) квалификационный аттестат.

98. Приостановление действия лицензии означает:

- а) запрет на осуществление отдельных видов страхования, взаимного страхования, а также перестрахования;
- б) запрет на осуществление всех видов страхования, взаимного страхования, а также перестрахования – для страховщиков;
- в) приостановление деятельности, на которую выдана лицензия для

страховых брокеров.

99. Укажите верное определение сюрвейера:

а) агент страховщика, осуществляющий осмотр имущества, принимаемого на страхование;

б) физическое или юридическое лицо, которое согласно условиям договора страхования имеет право на получение соответствующих денежных средств;

в) физическое лицо, жизнь, здоровье которого выступают объектом страховой защиты.

100. Страховой продукт – это:

а) страховой полис;

б) процесс заключения договора страхования;

в) комплекс обязательств страховщика;

г) долговое обязательство страховщика;

д) страховое возмещение.

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) следующим образом:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача № 1

Величина резерва по страхованию жизни на 1 апреля – 30000 руб. В

течение 2 квартала страховщик получил страховой премии 1200 руб. и выплатил страховое обеспечение 1800 руб., выкупных сумм – 60000 руб. Доля нетто-ставки в структуре страхового тарифа – 80%. Годовая норма доходности, использованная при расчете тарифной ставки – 9%. Определить величину резерва по страхованию жизни на 1 апреля.

Компетентностно-ориентированная задача № 2

Имеются данные о двух страховых компаниях:

а) сумма доходов компании «Х» составляет 360 млн. руб., сумма расходов – 250 млн. руб., расходы на ведение дела 24,1 млн. руб. Сумма средств запасных фондов на конец тарифного периода 150 млн. руб.

б) страховая компания «У» имеет доходов 250 млн. руб. Остаток средств в запасных фондах. Остаток средств в запасных фондах 200 млн. руб. Сумма расходов 240 млн. руб., расходы на ведение дела 18,2 млн. руб.

Оценить финансовую устойчивость страховых компаний по коэффициенту устойчивости страхового фонда.

Компетентностно-ориентированная задача № 3

Оцените рентабельность страховых операций компаний А и Б. Исходные данные (млн. руб.):

Показатели	Компании	
	А	Б
1. Общий объем страховых платежей (взносов)	60,0	140,0
2. Страховые выплаты	25	55
3. Отчисления:		
а) в страховые резервы и запасные фонды;	15,0	30,0
б) на предупредительные мероприятия	2,0	5,0
4. Расходы на ведение дела	12,0	28,3

Компетентностно-ориентированная задача № 4

Женщина заключила договор страхования на дожитие в возрасте 27 лет на срок 5 лет. Страховая сумма согласно договора составила 30000 рублей. Норма доходности 2,5% годовых. Рассчитать нетто-ставку на дожитие и размер страхового платежа на 100 рублей страховой суммы.

Компетентностно-ориентированная задача № 5

Рассчитайте единовременную брутто-премию для страхователя в возрасте 45 лет, застрахованного по смешанному страхованию жизни сроком на 4 года. Норма доходности - 9%. Страховая сумма – 23 тыс.руб. Доля нагрузки в брутто-ставке – 12%.

Компетентностно-ориентированная задача № 6

Общество с ограниченной ответственностью решило застраховать свое имущество стоимостью 300 тыс. руб. на 65% с ответственностью за дополнительный риск – угон автомобиля. Определить страховую сумму,

страховые платежи, если тарифная ставка по страхованию имущества 0,3 руб. со 100 руб. страховой суммы за дополнительный риск – 1,1 руб. за каждый страховой случай.

Компетентностно-ориентированная задача № 7

Определить ущерб страхователя и величину страхового возмещения по системе предельной ответственности при следующих исходных данных. Средняя урожайность пшеницы за предыдущие пять лет – 34 ц. с 1 га, площадь посева – 350 га. Из-за происшедшего страхового случая урожай составит 13 ц. с 1 га. Рыночная стоимость 1 ц. пшеницы – 150 руб. Ответственность страховщика – 75% от причиненного ущерба.

Компетентностно-ориентированная задача № 8

Страховщик проводит страхование от несчастных случаев. Вероятность наступления страхового случая – 0,05. Средняя страховая сумма - 120 тыс.руб. Среднее страховое возмещение – 65 тыс.руб. Количество заключенных договоров – 6600. Доля нагрузки в тарифной ставке – 25%. Среднее квадратичное отклонение – 9,5 тыс.руб. Определить тарифную ставку, если известно, что коэффициент, зависящий от гарантии безопасности составляет 1,645.

Компетентностно-ориентированная задача № 9

В результате дорожно-транспортного происшествия уничтожен легковой автомобиль действительной стоимостью 150 тыс.руб. Износ на день заключения договора – 25%, остатки пригодных деталей с учетом их обесценения – 45 тыс.руб. На приведение деталей в порядок израсходовано – 10 тыс.руб. Определить сумму ущерба и сумму страхового возмещения при условии, что автомобиль застрахован на действительную стоимость.

Компетентностно-ориентированная задача № 10

Пожаром был охвачен цех производства, балансовая стоимость имущества с учетом износа – 100 тыс.руб. В цехе на момент пожара находилась продукция на 20 тыс.руб. Для расчистки территории привлекались люди и техника. Стоимость затрат составила 7 тыс.руб., сумма от сдачи металлолома – 3 тыс.руб. Цех не работал месяц. Потеря прибыли за этот период – 150 тыс.руб. Затраты на восстановление цеха – 125 тыс.руб. Определить сумму прямого убытка, косвенного убытка, общую сумму убытка.

Компетентностно-ориентированная задача № 11

Общая сумма кредита по кредитному договору – 2 млн.руб., выданного под 18% годовых сроком на 8 месяцев. Страховой тариф – 2,2% от страховой суммы, предел ответственности страховщика – 87%. Заемщик не погасил своевременно задолженность по выданному кредиту. Определить сумму страхового платежа, ущерб и страховое возмещение.

Компетентностно-ориентированная задача № 12

Иванов И.И. заключил договор страхования имущества сроком на 1 год, на сумму 80000 руб. Тарифная ставка 0,40 руб. со 100 руб. страховой суммы. За непрерывность страхования предоставлена скидка 10%. Через 5 месяцев после заключения договора, в результате пожара имущество Иванова И.И. полностью сгорело. Определить страховой платеж и страховое возмещение. При условии, что имущество застраховано от всех рисков, страховой платеж внесен полностью.

Компетентностно-ориентированная задача № 13

Цена автомобиля – 250 тыс.руб., он застрахован на сумму 40 тыс.руб. сроком на один год. Ставка страхового тарифа – 6% от страховой суммы. В договоре прописана безусловная франшиза, которая составляет 12% от величины убытка. В соответствии с этим в договоре предусмотрена скидка к тарифу 3,5%. Автомобиль с места аварии был доставлен на станцию технического обслуживания, при этом расходы владельца составили 3,5 тыс.руб. Стоимость материалов по ремонту автомобиля равна 35,5 тыс.руб. Оплата ремонтных работ - 6,5 тыс.руб. Стоимость поврежденного двигателя, подлежащего замене – 7 тыс.руб. В договоре страхования пункт о дополнительных затратах отсутствует. Определить фактическую величину убытка, размер страхового возмещения с учетом франшизы.

Компетентностно-ориентированная задача № 14

Страховщик заключает договоры страхования имущества. Вероятность наступления страхового случая – 0,01, средняя страховая сумма – 800 тыс.руб., среднее страховое возмещение 575 тыс.руб. Количество договоров - 12000., нагрузка в структуре страхового тарифа – 30%. Данные о разбросе возможных страховых возмещений при наступлении страхового случая отсутствуют. Определить нетто-ставку, общую величину страхового тарифа.

Компетентностно-ориентированная задача № 15

Мужчина, находясь в возрасте 30 лет, заключил договор страхования на дожитие на срок 15 лет. Определить нетто-ставку на дожитие по договору страхования, если норма доходности составляет 3,1 процента годовых.

Компетентностно-ориентированная задача № 16

Страховая компания обладает страховым фондом в сумме 1200 тыс. руб. Определить размер страхового фонда, который будет иметь страховая компания через 6 лет, при норме доходности 3% в год.

Компетентностно-ориентированная задача № 17

Рассчитать брутто-ставку на дожитие по договору страхования человека в возрасте 50 лет на срок 5 лет со страховой суммы 100 руб. Доля нагрузки в структуре тарифа – 30%.

Компетентностно-ориентированная задача № 18

Женщина заключила договор страхования на дожитие в возрасте 37 лет на срок 5 лет. Страховая сумма согласно договора составила 30000 рублей. Норма доходности 2,5% годовых. Рассчитать нетто-ставку на дожитие и размер страхового платежа на 100 рублей страховой суммы.

Компетентностно-ориентированная задача № 19

Общество с ограниченной ответственностью решило застраховать свое имущество стоимостью 500 тыс. руб. на 55% с ответственностью за дополнительный риск – угон автомобиля. Определить страховую сумму, страховые платежи, если тарифная ставка по страхованию имущества 0,3 руб. со 100 руб. страховой суммы за дополнительный риск – 1,1 руб. за каждый страховой случай.

Компетентностно-ориентированная задача № 20

Определить страховое возмещение при страховании имущества по системе пропорциональной ответственности и системе первого риска на основе следующих данных: страховая оценка квартиры – 220 тыс.руб., страховая сумма – 85 тыс.руб., материальный ущерб в результате несчастного случая 73 тыс.руб.

Компетентностно-ориентированная задача № 21

Страховщик заключает договоры имущественного страхования. Вероятность наступления страхового случая – 0,01, средняя страховая сумма – 800 тыс.руб., среднее страховое возмещение 575 тыс.руб. Количество договоров - 12000., нагрузка в структуре страхового тарифа – 30%. Данные о разбросе возможных страховых возмещений при наступлении страхового случая отсутствуют. Определить нетто-ставку, общую величину страхового тарифа.

Компетентностно-ориентированная задача № 22

Определить ущерб страхователя и величину страхового возмещения по системе предельной ответственности при следующих исходных данных. Средняя урожайность пшеницы за предыдущие пять лет – 34 ц. с 1 га, площадь посева – 350 га. Из-за происшедшего страхового случая урожай составит 13 ц. с 1 га. Рыночная стоимость 1 ц. пшеницы – 150 руб. Ответственность страховщика – 75% от причиненного ущерба.

Компетентностно-ориентированная задача № 23

Страховщик проводит страхование от несчастных случаев. Вероятность наступления страхового случая – 0,05. Средняя страховая сумма - 120 тыс.руб. Среднее страховое возмещение – 65 тыс.руб. Количество заключенных договоров – 6600. Доля нагрузки в тарифной ставке – 25%. Среднее квадратичное отклонение – 9,5 тыс.руб. Определить тарифную ставку, если известно, что коэффициент, зависящий от гарантии безопасности составляет

1,645.

Компетентностно-ориентированная задача № 24

В результате дорожно-транспортного происшествия уничтожен легковой автомобиль действительной стоимостью 150 тыс.руб. Износ на день заключения договора – 25%, остатки пригодных деталей с учетом их обесценения – 45 тыс.руб. На приведение деталей в порядок израсходовано – 10 тыс.руб. Определить сумму ущерба и сумму страхового возмещения при условии, что автомобиль застрахован на действительную стоимость.

Компетентностно-ориентированная задача № 25

Пожаром был охвачен цех производства, балансовая стоимость имущества с учетом износа – 100 тыс.руб. В цехе на момент пожара находилась продукция на 20 тыс.руб. Для расчистки территории привлекались люди и техника. Стоимость затрат составила 7 тыс.руб., сумма от сдачи металлолома – 3 тыс.руб. Цех не работал месяц. Потеря прибыли за этот период – 150 тыс.руб. Затраты на восстановление цеха – 125 тыс.руб. Определить сумму прямого убытка, косвенного убытка, общую сумму убытка.

Компетентностно-ориентированная задача № 26

Общая сумма кредита по кредитному договору – 2 млн.руб., выданного под 18% годовых сроком на 8 месяцев. Страховой тариф – 2,2% от страховой суммы, предел ответственности страховщика – 87%. Заемщик не погасил своевременно задолженность по выданному кредиту. Определить сумму страхового платежа, ущерб и страховое возмещение.

Компетентностно-ориентированная задача № 27

Цена автомобиля – 250 тыс.руб., он застрахован на сумму 40 тыс.руб. сроком на один год. Ставка страхового тарифа – 6% от страховой суммы. В договоре прописана безусловная франшиза, которая составляет 12% от величины убытка. В соответствии с этим в договоре предусмотрена скидка к тарифу 3,5%. Автомобиль с места аварии был доставлен на станцию технического обслуживания, при этом расходы владельца составили 3,5 тыс.руб. Стоимость материалов по ремонту автомобиля равна 35,5 тыс.руб. Оплата ремонтных работ - 6,5 тыс.руб. Стоимость поврежденного двигателя, подлежащего замене – 7 тыс.руб. В договоре страхования пункт о дополнительных затратах отсутствует. Определить фактическую величину убытка, размер страхового возмещения с учетом франшизы.

Компетентностно-ориентированная задача № 28

Рассчитайте нетто-ставку, брутто-ставку страхования профессиональной ответственности аудиторов. Средняя страховая сумма – 40 тыс.руб., среднее возмещение при наступлении страхового случая – 30 тыс.руб. Экспертная оценка наступления страхового случая – 0,03, количество договоров – 30, вероятность не превышения возможных возмещений над собранными

вносами – 2, доля нагрузки в структуре тарифа – 35%.

Компетентностно-ориентированная задача № 29

Общая сумма кредита по кредитному договору – 3,5 млн.руб., выданного под 17% годовых, сроком на 7 мес. Страховой тариф – 3% от страховой суммы. Предел ответственности страховщика – 80%. Заемщик не погасил своевременно задолженность по выданному кредиту. Определить сумму страхового платежа, ущерб и страховое возмещение.

Компетентностно-ориентированная задача № 30

В договоре страхования профессиональной ответственности нотариуса предусмотрена страховая сумма 80 тыс.руб. и условная франшиза 6 тыс.руб. В результате упущения, совершенного при выполнении служебных обязанностей, нанесен ущерб клиенту в размере 50 тыс.руб. Кроме того, расходы произведенные предъявителем претензии, составляли 3,5 тыс.руб., расходы нотариуса с согласия страховщика – 1 тыс.руб. Определить страховое возмещение, выплаченное страховщиком клиенту нотариуса.

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом:

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода

решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.