

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение

Глава 1. Основные этапы развития страхового менеджмента

1.1.История страхового менеджмента

1.2.Состояние страхового дела в России в постсоветский период

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 1

Глава 2. Общие вопросы страхового менеджмента

2.1.Понятие страхового менеджмента

2.2.Виды и функции менеджмента

2.3.Внутренняя и внешняя среда страховой компании

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 2

Глава 3. Принципы управления страховой компанией

3.1.Методы управления страховой компанией

3.2.Структура страховой компании

3.3.Организационные структуры управления страховой компании

3.4.Организация работы правления страховой компании

3.5.Менеджер и его функции

3.6.Управление совещательными процессами страховой компании

3.7.Критерии страхового менеджмента за рубежом

3.8.Оценка деятельности менеджмента страховой компании

3.9. Оценка труда руководящего звена страховой компании в России и за рубежом

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 3

Глава 4. Кадры и кадровая политика страховой компании

- 4.1. Персонал страховой компании как объект управления
- 4.2. Мотивация труда в страховой компании
- 4.3. Система «Руководство в соответствии с сотрудничеством»
- 4.4. Психологический климат в коллективе
- 4.5. Система подбора и расстановки кадров
- 4.6. Работа с кадрами в условиях глобализации страхового рынка
- 4.7. Стратегия управления персоналом страховой компании
- 4.8. Страховые агенты и брокеры

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 4

Глава 5. Страхование в системе управления рисками

- 5.1. Понятие и природа риска
- 5.2. Классификация риска
- 5.3. Рисковые обстоятельства
- 5.4. Система перехода риска. Страховая защита
- 5.5. Способы управления рисками
- 5.6. Оценка риска
- 5.7. Экспертиза как метод выявления и управления риском
- 5.8. Правовые аспекты управления риском
- 5.9. Страховщик как субъект управления риском

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 5

Глава 6. Управление маркетингом

- 6.1. Цели и функции маркетинга
- 6.2. Формирование маркетинговых стратегий и их классификация
- 6.3. Использование средств маркетинга
- 6.4. Страховой маркетинг, понятие и содержание
- 6.5. Направление деятельности страхового маркетинга

- 6.6.Маркетинг как специфическая функция управления страховой деятельностью
 - 6.7.Структура управления маркетинговой деятельностью страховой компании
 - 6.8.Маркетинг и планирование страховой деятельности
 - 6.9.Страховой продукт как товар на рынке страховых услуг
 - 6.10.Новый страховой продукт, его восприятие на страховом рынке
 - 6.11.Этапы разработки и вывода на рынок нового страхового продукта
 - 6.12.Расширение ассортимента страховых услуг — элемент конкурентной борьбы
 - 6.13.Поведение страхователей на рынке страховых услуг
 - 6.14.Конкуренция и конкурентоспособность страховой компании
 - 6.15.Пути продвижения страхового продукта страхователям
 - 6.15.1.Каналы сбыта страховой продукции
 - 6.15.2.Функции, выполняемые участниками каналов продвижения страховых продуктов
 - 6.15.3.Цели продвижения страховых продуктов и факторы, влияющие на выбор канала продвижения страхового продукта
 - 6.16.Стратегическое планирование
 - 6.17.Ребрендинг как метод изменения лица и профиля компании
- Контрольные вопросы
- Тесты к гл. 6

Глава 7. Управление устойчивостью страховой компании

- 7.1.Понятие финансовой устойчивости
- 7.2.Страховой менеджмент в обеспечении финансовой устойчивости
- 7.3.Страховые фонды
- 7.4.Собственное удержание риска. Размещение риска
- 7.5.Инвестиционная политика. Инструменты размещения резервов
- 7.6.Факторы, характеризующие устойчивость страховой компании

7.7. Управление устойчивостью

7.8. Управление финансовыми потоками

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 7

Глава 8. Диагностика деятельности страховых компаний в процессах управления

8.1. Основные параметры диагностирования

8.2. Методы диагностики кризиса

8.3. Информация в диагностике

8.4. Основы анализа в принятии управленческих решений страховой компании

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 8

Глава 9. Управление тарифной политикой

9.1. Тариф, его сущность, составные части

9.2. Методика построения тарифа

9.3. Порядок расчета нетто-ставки

9.4. Особенности расчета тарифа по страхованию жизни

9.5. Брутто-ставка как плата за страховые услуги

9.6. Тарифная политика

9.7. Факторы, влияющие на величину тарифной ставки

9.8. Построение индивидуальных тарифов с использованием системы бонус — малус

9.9. Зависимость тарифа от видов страхования, его роль в устойчивости страховой компании и конкурентной борьбе

9.10. Доля тарифа в завоевании страхового рынка

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 9

Глава 10. Управление страховой безопасностью

10.1. Понятие коммерческой и страховой тайны

10.2. Организационно-технические меры по защите информации

10.3. Служба безопасности страховой компании. Управление безопасностью

10.4. Проблема безопасности при отборе кадров

10.5. Мошенничество в страховании и пути его предотвращения

Контрольные вопросы

Тесты к гл. 10

Глава 11. Материально-техническая база, оснащение средствами связи

Деловые игры

Глоссарий

Приложение А. Классификация и определение понятия «менеджмент»
(обязательное)

Приложение Б. Внутренняя структура страховой компании (обязательное)

Приложение В. Маркетинговые исследования под новый и действующий страховой продукт (обязательное)

Приложение Г. Схема разработки нового страхового продукта (обязательное)

Приложение Д. Порядок сбора и обработки информации о конкурирующих страховых компаниях (обязательное)

Приложение Е. Схема маркетинговых исследований при разработке стратегии развития страховой компании (обязательное).

Литература