

Вопросы к экзамену по дисциплине «Страховой маркетинг»

1. Понятие, принципы и функции страхового маркетинга. Особенности маркетинга в страховании
2. Страховая услуга как маркетинговый продукт. Классификация страховых услуг
3. Качество страховых услуг, их характеристика
4. Формирование модели поведения страхователей-потребителей
5. Система маркетинга страховой организации, ее составляющие
6. Маркетинговая политика страховой компании
7. Система сбыта страховых продуктов
8. Конкуренция и конкурентные преимущества страховой компании. Критерии конкурентоспособности
9. Маркетинговый комплекс в страховой компании
10. Понятие и структура страхового продукта. Продвижение страховых продуктов на рынок
11. Потребность в разработке нового страхового продукта. Способы продвижения нового страхового продукта
12. Стадии жизненного цикла страховых продуктов
13. Маркетинговая служба страховой компании: особенности построения и функционирования
14. Соотношение цены и качества страхового продукта
15. Эффективность каналов продвижения продаж страховых продуктов, ее оценка
16. Страховой рынок: сущность, структура и экономическое содержание
17. Внутренняя система и внешнее окружение страхового рынка
18. Стратегия и тактика ценовой политики в страховом бизнесе
19. Методы ценообразования на страховые продукты
20. Организационно-правовые формы страховых организаций
21. Сущность страховых тарифов. Тарифная политика страховщика
22. Страховой мерчандайзинг: общее понятие, результат. Общее правило эффективного мерчандайзинга
23. Сущность и процесс создание бренда страховых услуг. Управление брендом в страховом предпринимательстве
24. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций страховой организации
25. Методы сбора маркетинговой информации: количественные и качественные
26. Стратегический и оперативный маркетинг страховой компании
27. Маркетинговая стратегия страховщика. Классификация маркетинговых стратегий страховой компании
28. Сегментация рынка страхования: сущность, цели, задачи. Выделение целевых сегментов. Этапы сегментирования рынка страхователей
29. Типы сегментации рынка страхователей физических лиц. «Страховая бедность» как фактор сегментации страхового рынка

- 30. Комплексные (пакетные) продажи страховых продуктов
- 31. План деловой стратегии по освоению страхового рынка: основные разделы
- 32. Задачи рекламы и PR страховых компаний