



## Силабус курсу

### Страховий маркетинг

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Освітньо-професійна програма – «Митна та податкова справа»

Рік навчання: 4 Семестр: 7

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

#### Керівник курсу

ППП д.е.н., проф. Добіжа Наталія Володимирівна

Контактна інформація: n.dobizha@wunu.edu.ua; +380672523854;

#### Опис дисципліни

Дисципліна «Страховий маркетинг» належить до блоку вибіркових дисциплін підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування. Дисципліна «Страховий маркетинг» спрямована на формування у студентів базових знань з теорії маркетингової діяльності страхових компаній, засвоєння ними основних теоретичних положень та набуття необхідних практичних навичок, усвідомлення логіки та прийомів щодо застосування маркетингових інструментів, сучасного розуміння принципів та методології здійснення учасниками страхового ринку продуктової, комунікаційної та збутової політики, організації маркетингової діяльності та розробки і впровадження страховиками ефективних маркетингових стратегій.

#### Структура курсу

Години (лек. / прак.)	Години (лек. / прак.)	Результати навчання	Завдання
3/ 1	Страховий маркетинг: сутність, принципи та функції	Розглянути еволюцію розвитку страхового маркетингу в Україні та світі. Знати сутність та особливості страхового маркетингу, принципи, цілі та завдання. Визначити роль страхового маркетингу в підвищенні результативності страхової компанії.	Тестові завдання, питання

3/ 1	Маркетингові дослідження на ринку страхових послуг	Знати методи проведення маркетингових досліджень. Вміти надавати маркетингову характеристику страхового ринку України та здійснювати оцінку місткості вітчизняного та світового страхового ринку.	Тестові завдання, питання
3/ 2	Характеристика страхового продукту та послуги в системі страхового маркетингу	Знати поняття продукту та різницю між споживчими (матеріальними) продуктами та страховими послугами, основні характеристики страхової послуги як продукту, основні функції. Знати поділ страхових продуктів та цикл життя страхового продукту.	Тестові завдання, питання
3/ 1	Продуктова політика страхової компанії	Вміти формувати стратегію та тактику розроблення нового страхового продукту, здійснювати вибір конкурентної стратегії страхової компанії при формуванні продуктової політики. Знати особливості продуктової політики в майновому страхуванні, страхуванні життя, медичному страхуванні, страхуванні туризму, страхуванні катастрофічних ризиків, у сфері банківсько-страхової взаємодії.	Тестові завдання, ситуаційні завдання
3/ 1	Способи просування страхового продукту на ринку	Знати основні цілі та завдання промоції, елементи промоції (promotion-mix). Знати основні стратегії промоції та методи ефективного використання промоції. Розуміти сутність реклами продукту, інституційної реклами. Знати особливості просування майнового страхування, страхування життя, медичного страхування, сфери банкострахування, страхових продуктів, що містять покриття катастрофічних ризиків.	Тестові завдання, питання
3/ 2	Збутова політика страхової компанії	Розуміти роль збуту (дистрибуції) в маркетингу страхових послуг. Знати критерії вибору системи збуту та канали збуту страхових	Тестові завдання, питання

		<p>послуг. Знати види страхових посередників і роль та завдання страхових агентів. Вміти аналізувати системи індивідуального продажу та безпосереднього продажу.</p>	
3/ 1	<p>Маркетингові комунікації на ринку страхових послуг</p>	<p>Знати сутність та зміст комунікаційної політики страхової компанії, її цілі та засоби. Володіти знаннями щодо планування процесу використання засобів комунікацій, позиціонування страхових продуктів на ринку за допомогою їх характерних особливостей.</p>	<p>Тестові завдання, питання</p>
2/ 1	<p>Стратегія страхової компанії</p>	<p>Розглянути стратегічний аналіз як інструмент діяльності страхової компанії. Вміти обирати місію компанії, здійснювати аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Проводити моніторинг, контроль та моделювання діяльності страховика. Розробляти маркетинговий план.</p>	<p>Тестові завдання, ситуаційні завдання</p>
3/ 1	<p>Позиціонування страхової компанії</p>	<p>Знати особливості формування маркетингової стратегії просування страхової компанії. Вміти аналізувати шахрайські схеми та їх вплив на просування страхової компанії. Вміти формувати імідж і бренд страхової компанії.</p>	<p>Тестові завдання, ситуаційні завдання</p>
2/ 1	<p>Управління маркетинговою діяльністю страхової компанії</p>	<p>Знати, сутність поняття «організація маркетингової діяльності» в страхових компаніях. Розуміти місце маркетингу в систем організації страхової компанії. Вміти порівнювати систему управління маркетинговою діяльністю вітчизняних та іноземних страхових компаній.</p>	<p>Тестові завдання, ситуаційні завдання</p>

### Рекомендовані джерела інформації

1. Атюшкіна В. В. Методи зниження маркетингових ризиків страхової компанії. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Т. 4, № 1. С. 73-87.
2. Бовкун О. А. Концептуальні основи стратегічного планування маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. Бізнес-навігатор. 2019. Вип. 1. С. 54-58.
3. Галушак В. В. Особливості розвитку страхового маркетингу в Україні Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2019. Т. 24, Вип. 1. С. 104-108.
4. Журавка О. С. Бухтіарова А. Г., Пахненко О. М. Страхування : навчальний посібник . Суми : Сумський державний університет, 2020. 350 с.
5. Журавльова, Т. О. Дем'янчук М. А. Страхування : навч. посіб. Одеса : Освіта України, 2017. 319 с.
6. Заколюдажний В. О. Інноваційні підходи до формування маркетингової політики ринку страхових послуг в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 9. С. 71-74.
7. Колупаєва І. В. Страхування: підручник ; за ред. І. В. Колупаєвої ; Київ. нац. торг.- екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. Харків : Стильна типографія, 2018. 741 с.
8. Левченко Л. М. Використання міжнародного досвіду у розвитку страхових компаній України. Економічний простір. 2017. № 122. С. 87-94.
9. Лобова О. М. Теоретичні основи маркетингової діяльності страхової компанії. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 6. С. 62-67.
10. Мозгова Г. В. Методика використання стратегічної сесії як інструменту маркетингового планування. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2020\\_1\\_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_52)
11. Плиса В. Й. Страхування: Підручник, 2-ге вид, виправлене й доповнене. К : Каравела, 2019. 512 с.
12. Пойда-Носик Н. Н. Сутність та специфічні особливості застосування маркетингу у страховій діяльності. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2018. Вип. 2. С. 194-198.
13. Про страхування: Закон України № 85/96 від 07. 03. 1996 р. з останніми змінами і доп. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-ep>.
14. Рулінська О. В. Особливості застосування аналітичного інструментарію маркетингового аудиту в страхових компаніях. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2019. № 5(2). Т. 30(69). С. 121-125.

15. Сердечна Ю.С., Шишпанова Н. О. Методичні основи управління страховим портфелем. «Modern Economics». 2017. № 6. С. 171-175.
16. Смоляк В. А. Розвиток менеджменту конкурентоспроможності страхових компаній у контексті їх маркетингової політики Економіка. Фінанси. Право. 2020. № 12(4). С. 2224.
17. Стецюк Т. І. Бренд як ринковий інструмент маркетингової діяльності страховика. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Економіка. 2020. № 17. С. 84-88.
18. Терещенко Т. Є. Страхування : навч. посіб / Т. Є. Терещенко, Л. О. Заволока, О. Б. Пономарьова ; Ун-т мит. справи та фінансів. Дніпро : Ун-т мит. справи та фінансів, 2020. 220 с.
19. Тлуста Г. Ю. Формування комплексу маркетингу страхової компанії. Економіка та держава. 2016. № 3. С. 67-72.
20. Федина В. В. Інтернет - маркетинг в діяльності страхових компаній. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. 2018. № 1. С. 239-251.
21. 34 Insurance Marketing Statistics You Need to Know in 2021. URL: <https://www.invoca.com/blog/insurance-marketing-statistics>
22. Arych M.I. Insurance marketing development trends and peculiarities. International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia. P. 131-133.
23. Global insurance trends analysis 2018. URL : [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-insurance-trends-analysis-2018/\\$File/ey-global-insurance-trends-analysis-2018.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-insurance-trends-analysis-2018/$File/ey-global-insurance-trends-analysis-2018.pdf).
24. Han, K., Mittal, V., Zhang, Y. Relative strategic emphasis and firm-idiosyncratic risk: The moderating role of relative performance and demand instability. Journal of Marketing. 2017. №81(4). P.25-44.
25. Moradi, M. (2021). Importance of Internet of Things (IoT) in Marketing Research and Its Ethical and Data Privacy Challenges. Business Ethics and Leadership, 5(1), 22-30.
26. Nikolaienko S. Features and prospects for the insurance products' implementation through network marketing Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2020. Вип. 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2020\\_1\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2020_1_8).
27. Sidelnyk N. Marketing and Management in Insurance: Impact of Innovations Measure. Marketing and management of innovations. 2021. № 2. С. 231-242.
28. Top Insurance Marketing Trends for 2020. URL: <https://agentsalliance.com/top-insurance-marketing-trends-for-2020>.

29. VanderLinden Sabina L.B, Millie Shan M., Anderson Nicole, Chishti Susanne. (2018) The INSURTECH Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and FinTech Visionaries. Wiley. 321 p.

30. Zaraswati C., Sumarwan U., Wijayanto H. Marketing Strategy of Commercial Health Insurance Company. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship. 2017. No1. P. 113.

### *Інтернет-ресурси*

31. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/> (дата звернення: 30.08.2023).

32. Статистичні дані з офіційної Інтернет-сторінки Ліги страхових організацій України URL : // <http://www.uainsur.com>. (дата звернення: 30.08.2023).

33. Статистичні дані з офіційної Інтернет-сторінки Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг України. URL: // <http://www.dfp.gov.ua>. (дата звернення: 30.08.2023).

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30%	40%	30%
1.Активність на заняттях -макс. 50 балів; 2.Модульна контрольна робота - макс. 50 балів.	1.Активність на заняттях - макс. 50 балів; 2.Ректорська контрольна робота - макс. 50 балів.	1.Підготовка КППЗ - макс.40 балів; 2.Захист КППЗ - макс. 40 балів; Тренінг - макс. 20 балів.

### Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	відмінно	<b>A</b> (відмінно)
85 – 89	добре	<b>B</b> (дуже добре)
75 – 84		<b>C</b> (добре)
65 – 74	задовільно	<b>D</b> (задовільно)
60 – 64		<b>E</b> (достатньо)
35 – 59	незадовільно	<b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання)
01 – 34		<b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)