**МАРКЕТИНГ СТРАХОВЫХ УСЛУГ**

**НА ПРИМЕРЕ**

**Стр\_75**

|  |  |
| --- | --- |
| **СПИСОК ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ** |  |
| **ГЛОССАРИЙ** |  |
| **СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ** |  |
| **ВВЕДЕНИЕ** |  |
| **1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА СТРАХОВЫХ УСЛУГ** |  |
| 1.1 Сущность и особенности страховых услуг  |  |
| 1.2 Маркетинговые решения страховых компаний  |  |
| **2 Оценка маркетинговых решений АО**  |  |
| 2.1 Методология и методы исследования  |  |
| 2.2 Анализ рынка страховых услуг. |  |
|  2.3 Анализ эффективности маркетинговых решений АО  |  |
| 2.4 Организация маркетинга в АО  |  |
| **3 ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В АО**  |  |
| 3.1 Изменение процесса управления маркетингом |  |
| 3.2 Улучшение коммуникационной политики |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  |  |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ** |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Страховая услуга имеет все признаки услуги и отражает отношения, образующиеся между страховой компанией и определенным страхователем, и является совокупностью стандартных качеств

Страховая услуга является обеспечением денежной компенсации страхователя при возникновении страхового случая в пределах обязательств, которые предусматриваются договором страхования.

Особенностью страховой услуги является то, что реально страхователю будет предоставляться не конкретный товар, а обеспечение выплаты страхового взноса, т.е. информация, а также то, что производство страховой услуги не будет совпадать со временем потребления.

Основной целью маркетинговой деятельности в сфере услуг считается достижение коммерческого успеха предприятия и его услуг на рынке, что зачастую можно достигнуть путем повышения объемов продаж в натуральном и денежном выражении.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. [Decker](https://link.springer.com/search?facet-creator=%22Reinhold+Decker%22), Reinhold Marketing [Текст] /  [Decker](https://link.springer.com/search?facet-creator=%22Reinhold+Decker%22) Reinhold. - Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, 2015. – р. 268
2. Джеффри, М. Маркетинг страховых услуг, который основан на имеющихся данных: 15 параметров, которые необходимо знать каждому [Текст] / М. Джеффри.- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.- 369 c.
3. Делятицкая, А.В. Маркетинг: учебное пособие [Текст] / А.В. Делятицкая, А.В. Косова. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 c.
4. Гришина, В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник [Текст] / В.Т. Гришина. - М.: Мир, 2013.- 446 c.
5. Бендина, Н.В. Маркетинг страховых услуг . [Текст] / Н. В. Бендина. – М.: «Приор-издат», 2015. – 215 с.