

TÉMATA PÍSEMNÝCH PRACÍ

KFMAPJ - JS 2004/2005

- 1) Marketingový mix ve výrobě a službách.
- 2) Produkt. Jádro produktu, reálný produkt, rozšířený produkt.
- 3) Životní cyklus produktu.
- 4) Tvorba ceny pojistného. Hlediska odrážející cenu v pojetí marketingu.
- 5) Distribuční cesty. Alternativní distribuční cesty.
- 6) Definice reklamy. Informativní, přesvědčovací a připomínací reklama. Stanovení reklamních cílů. Stanovení reklamního rozpočtu.
- 7) Příprava reklamní strategie. Vyhodnocení reklamní kampaně.
- 8) Definice podpory prodeje. Charakteristické rysy (faktory) podpory prodeje.
- 9) Podpora prodeje vůči zprostředkovatelům a vůči klientům.
- 10) Definice PR. Vztahy s vnějším a vnitřním prostředím pojišťovny.
- 11) Nástroje PR. Komunikační prostředky PR.
- 12) Definice osobního prodeje a jeho základní charakteristika. Výhody osobního prodeje.
- 13) Úloha, řízení, struktura a velikost prodejních týmů.
- 14) Proces osobního prodeje.
- 15) Definice přímého prodeje a jeho základní charakteristické znaky. Adresný přímý marketing a neadresný přímý marketing.
- 16) Formy přímého marketingu.
- 17) Etické aspekty přímého marketingu.
- 18) Nábor, výběr a školení zprostředkovatelů.
- 19) Odměňování a hodnocení zprostředkovatelů.
- 20) Požadavky (zákoné) na odbornou způsobilost zprostředkovatelů pojištění.
- 21) Program školení a přezkoušení zprostředkovatelů pojištění.
- 22) Informační databáze internetových stránek Ministerstva financí pro zprostředkovatele pojištění.
- 23) Požadavky na materiální prostředí kanceláře zaměstnance pojišťovny nebo zprostředkovatele pojištění.
- 24) Grafické provedení a srozumitelnost reklamních letáků, brožur, prodejních pomůcek (sazebníky, návrhopojistky) pojišťoven.

- 25) Grafické provedení dokumentů souvisejících s pojistnou smlouvou (všeobecné pojistné podmínky, zvláštní pojistné podmínky, dotazníky, doklady o pojištění).
- 26) Pracovní postupy zprostředkovatelů. Postupy související se zpracováním uzavřených pojistných smluv a s přijímáním klienta do pojištění.
- 27) Postupy související se správou pojištění.
- 28) Postupy související s likvidací pojistných událostí a výplatou pojistných plnění.
- 29) Zásady řízení vztahů se zákazníky. Výměna zdrojů ve vztazích se zákazníky.
- 30) Struktura vztahu.
- 31) Fáze vztahu (navázání, rozvíjení, ukončení).
- 32) Strategie vztahu (sepnutí, propojení, přimknutí).

Poznámka:

- Písemnou práci zpracovat ve formátu A4, Times New Roman, velikost 14, řádkování jednoduché.
- Rozsah 5 – 8 stran.
- Na závěr uvést literaturu a zdroje čerpání informací.
- Písemnou práci odevzdat vyučujícímu v elektronické podobě **do 7.4.2005**.

Zpracoval: Ing. František Řezáč
KF ESF MU v Brně