

معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت

دفتر پژوهش، طرح و برنامه‌ریزی درسی

استاندارد آموزش شغل

بازار یاب بیمه

گروه شغلی

امور مالی و بازرگانی

کد ملی آموزش شغل

۳	۳	۲	۱	۳	۰	۴	۵	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
Isco-08				سطح مهارت	شناسه گروه			شناسه شغل			شناسه شایستگی			نسخه

۳/۱/۵۸/۱۳-۳

تاریخ تدوین استاندارد: ۸۸/۱/۱



تعریف مفاهیم سطوح یادگیری	
آشنایی: به مفهوم داشتن اطلاعات مقدماتی/شناسایی: به مفهوم داشتن اطلاعات کامل/اصول: به مفهوم مبانی مطالب نظری/توانایی: به مفهوم قدرت انجام کار	
مشخصات عمومی شغل:	
بازاریاب بیمه کسی است که بتواند از عهده انجام امور مربوط به بازاریابی، تشخیص اصول بیمه، بررسی عوامل فنی بیمه، تشخیص اصول معاملات بیمه ای و انواع بیمه نامه ها برآید.	
ویژگی های کارآموزورودی:	
حداقل میزان تحصیلات: دیپلم	
حداقل توانایی جسمی: متناسب با شغل مربوطه	
مهارت های پیش نیاز این استاندارد: ندارد	
طول دوره آموزشی:	
طول دوره آموزش	: ۹۰ ساعت
- زمان آموزش نظری	: ۷۵ ساعت
- زمان آموزش عملی	: ۱۵ ساعت
- زمان کارآموزی در محیط کار	: - ساعت
- زمان اجرای پروژه	: - ساعت
- زمان سنجش مهارت	: - ساعت
روش ارزیابی مهارت کارآموز:	
۱- امتیاز سنجش نظری(دانش فنی): ۲۵%	
۲- امتیاز سنجش عملی: ۷۵%	
۱-۲- امتیاز سنجش مشاهده ای: ۱۰%	
۲-۲- امتیاز سنجش نتایج کار عملی: ۶۵%	
ویژگیهای نیروی آموزشی:	
حداقل سطح تحصیلات: لیسانس مرتبط	



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل: بازاریاب بیمه

فهرست توانایی های شغل

ردیف	عنوان توانایی
۱	توانایی تشخیص عوامل موثر محیط کار
۲	توانایی انجام اموربازار یابی بیمه
۳	توانایی تشخیص اصول بیمه
۴	توانایی بررسی عوامل فنی بیمه
۵	توانایی تشخیص اصول معاملات بیمه ای

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۱۳	۳	۱۰	<p>توانایی تشخیص عوامل موثر محیط کار</p> <p>۱-۱ آشنایی با عوامل موثر فیزیکی محیط کار</p> <p>۱-۲ آشنایی با عوامل موثر بیولوژیکی محیط کار</p> <p>۱-۳ آشنایی با عوامل شیمیایی محیط کار</p> <p>۱-۴ آشنایی با عوامل موثر بیولوژیکی محیط کار</p> <p>۱-۵ آشنایی با ارگونومی</p> <p>۱-۶ شناسایی اصول تشخیص عوامل موثر محیط کار</p>	
۳۳	۸	۲۵	<p>توانایی انجام امور بازاریابی بیمه</p> <p>۲-۱ آشنایی با بازاریابی و هدف از فعالیت های بازاریابی بیمه</p> <p>۲-۲ آشنایی با بازارهای مورد نظر بیمه</p> <p>۲-۳ شناسایی محیط مورد بازاریابی و عواملی که بر محیط بازاریابی موثر هستند</p> <p>- محیط خرد</p> <p>- محیط کلان</p> <p>- رقبا</p> <p>- اجتماعات</p> <p>۲-۴ شناسایی محیط اقتصادی بازار و قدرت خرید</p> <p>۲-۵ شناسایی محیط فرهنگی</p> <p>۲-۶ شناسایی اصول تجزیه و تحلیل بازار رقبا</p> <p>۲-۷ شناسایی اصول تجزیه و تحلیل عوامل</p> <p>- محیط خارجی</p> <p>- فرصت ها</p>	

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			- تهدیدها	
			شناسایی ابزار تبلیغات	۲-۸
			آشنایی با مهمترین عوامل شخصی فروشندگان	۲-۹
			- ویژگی های شخصی فرد	
			- اطلاعات و مهارت های فرد	
			- قابل انعطاف بودن بازاریاب	
			- آگاهی از عکس العمل مشتری و درک اطلاعات وی	
			- داشتن ابتکار عمل در پیدا کردن مشتری	
			آشنایی با محدودیت های فروش	۲-۱۰
			آشنایی با سیستم مشتری یابی	۲-۱۱
			شناسایی اصول انتخاب سیستم مشتری یابی	۲-۱۲
			شناسایی اصول نحوه مشاوره با مشتری	۲-۱۳
			آشنایی با دسته بندی کلی مشتریان	۲-۱۴
			- اشخاص حقیقی	
			- اشخاص حقوقی	
			شناسایی اطلاعات لازم و اصول جمع آوری آنها از اشخاص حقیقی	۲-۱۵
			شناسایی اطلاعات لازم و اصول جمع آوری آنها از اشخاص حقوقی و طبقه بندی آنها	۲-۱۶
			آشنایی با منابع جمع آوری اطلاعات	۲-۱۷
			شناسایی اصول برنامه ریزی و تکنیک مذاکره با مشتری	۲-۱۸
			شناسایی اصول روش های هدایت اعتراضات مشتری	۲-۱۹
			شناسایی تکنیک های نهایی کردن فروش	۲-۲۰

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			آشنایی با علل شکست فروشندگان	۲-۲۱
			شناسایی اصول انجام امور بازاریابی بیمه	۲-۲۲
۱۷	۲	۱۵	<p>توانایی تشخیص اصول بیمه</p> <p>آشنایی با اهمیت بیمه و هدف استفاده از بیمه</p> <p>شناسایی تعاریف، ارکان واصطلاحات بیمه</p> <p>- تعریف مفهوم بیمه</p> <p>- بیمه گر</p> <p>- بیمه گذار</p> <p>- موضوع بیمه</p> <p>- مبلغ بیمه شده</p> <p>- حق بیمه</p> <p>- مدت بیمه</p> <p>- خسارت یا غرامت</p> <p>- فرانشیز</p> <p>- بیمه نامه ها</p> <p>- شرایط عمومی بیمه نامه ها</p> <p>- شرایط خصوصی بیمه نامه ها</p> <p>- الحاقی</p>	<p>۳</p> <p>۳-۱</p> <p>۳-۲</p>
۱۶	۱	۱۵	<p>توانایی بررسی عوامل فنی بیمه</p> <p>آشنایی با معنی و مفهوم خطر</p> <p>- ویژگیهای خطر</p> <p>- کیفیت وقوع خطر</p>	<p>۴</p> <p>۴-۱</p>

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<ul style="list-style-type: none"> - مقابله با خطر - بیمه کردن - توزیع خطر - بیمه اتکایی و انواع آن - بیمه اشتراک <p>شناسایی اصول بررسی عوامل فنی بیمه</p>	۴-۲
۱۱	۱	۱۰	<p>توانایی تشخیص اصول معاملات بیمه ای</p> <p>شناسایی اصول معاملات بیمه ای</p> <ul style="list-style-type: none"> - اصل حسن نیت - اصل تعاون - اصل جبران خسارت - علت وجود اصل جبران خسارت - قلمرو و اصل جبران خسارت - نتایج حاصل از اجرای جبران خسارت 	۵ ۵-۱



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : بازاریاب بیمه

فهرست استاندارد تجهیزات، ابزار، مواد و وسایل رسانه ای

ردیف	مشخصات فنی	تعداد	شماره
۱	فرایند کار		
۲	وسایل کمک آموزشی		
۳	کتاب مربوط به بازاریابی بیمه		
۴	نوشت افزار		
۵	ابزار تبلیغاتی نمونه		
۶	کتاب نشانی موسسات		
۷	بروشور مربوط به منابع اطلاعات در مورد مشتریان		
۸	کتاب مربوط به اصول بیمه		
۹	انواع بیمه نامه ها		