



Gestión de Acciones Comerciales de la Actividad de Mediación (Online)

Duración: 50 h

Modalidad: Online

PROGRAMA

1. MÓDULO 1. GESTIÓN DE ACCIONES COMERCIALES DE LA ACTIVIDAD DE MEDIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE SEGUROS EN ESPAÑA Y UNIÓN EUROPEA.

1. El sistema financiero español y europeo.
2. Normativa general europea de seguros privados. Directivas.
3. Normativa española de seguros privados:
4. El mercado único de seguros en la UE (EEE).
5. Derecho de establecimiento y libre prestación de servicios en la UE.
6. La actividad de mediación de seguros y reaseguros en el Mercado Único:
7. Organismos reguladores:
8. Elaboración y presentación de informes del análisis del sector y entorno nacional y europeo de seguros.
9. El Blanqueo de capitales.
10. Clases de mediadores. Funciones, forma jurídica y actividades:
11. Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DE SEGUROS Y REASEGUROS.

1. Estructuras comerciales en el sector seguros:
2. Marketing de servicios y marketing de seguros:
3. El plan de marketing en seguros:
4. Investigación y segmentación de mercados:
5. El producto y la política de precios:

6. La distribución en el sector de los seguros:
7. La comunicación como variable del marketing-mix.
8. La comunicación:
9. Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros:
10. El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos:
11. El servicio de asistencia al cliente:
12. La fidelización del cliente:
13. Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente: sistemas gestores de bases de datos, hojas de cálculo u otras.
14. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ACCIONES COMERCIALES DE LA ACTIVIDAD DE MEDIACIÓN DE SEGUROS Y REASEGUROS.

1. El presupuesto de las acciones comerciales:
2. Los procedimientos de control y evaluación de las acciones comerciales.
3. Cálculo de ratios de rentabilidad y eficacia:
4. La calidad en el servicio:
5. El informe de presentación de resultados y consecución de objetivos:
6. Actuaciones de mejora aplicables a la acción comercial propuesta.