**Müasir səğorta məhsulları**

1. Sığorta məhsulu sığorta xidmətləri bazarında əmtəə kimi
2. Sığorta xidmətinin dəyəri: aşağı və yuxarı sərhədləri
3. Yeni sığorta məhsulunun hazırlanması sxemi
4. Sığorta xidmətləri bazarının vəziyyətinin qiymətləndirilməsində marketinq və onun rolu
5. Sığorta xidmətlərinin çeşidinin genişləndirilməsi
6. Sığorta məhsullarının sığortalılara yönləndirilməsinin kanalları
7. Sığorta məhsullarının yerləşdirilməsi kanallarının infrostrukturlarının funksiyaları
8. Sığorta şirkətlərinin marketinginin strateji planlaşdırılması
9. Sığorta işində marketingin sərfəli xüsusiyyətləri
10. Sığorta məhsullarının planlaşdırılması
11. Sığorta məhsullarının hazırlanmasının tətbiqi mərhələləri
12. Sığorta konstrukturu
13. Universal sığorta məhsulu və onun sxemi
14. Sığorta məhsulunun təkamülü
15. Sığorta məhsulunun hazırlanması biznes-prosesinin idarə edilməsi
16. Sığortalı tərəfindən sığоrta məhsulunun seçilməsi parametrlərinin xarakteristikası
17. Fəaliyyətdə olan sığrta məhsulunun marketingi
18. Yeni sığorta məhsulunun hazırlanması sxeminin mərhələləri
19. Sığorta məhsulunun qiyməti
20. Sığorta məhsulunun bazara yönləndirilməsi yolları
21. Sığorta məhsulunun satışı kanallarının istehlakçılarının funksiyaları
22. Sığorta amillərinin satışı prosesində rolu
23. Sığortanın “brend” məhsulları və onun xarakteristikası
24. Sığorta məhsulunun tezləndirilməsi
25. Sığorta məhsulunun təkamülü
26. Standart sığrta proqramının blok-sxemi
27. Universal sığorta məhsulu sxemi və onun xarakteristikası
28. Sığorta konsaltinqi
29. İnnovasiya sığorta məhsulları
30. Sığorta məhsullarının satışında “bank pəncərələri”
31. Sığrta məhsullarının bir başa və dolayı satışı imkanları
32. Sığorta məhsullarının satışında sığorta brokeri və onun rolu
33. Sığorta məhsullarının “internet” satışı və onun perspektivləri
34. Юзцнцсыьорталама нядир?
35. Щансы мцлащизя дцздцр:
36. Сыьорта тяминаты нормасы нежя щесабланыр?
37. Сыьорта фондунун йарадылмасынын «классик» нязяриййясинин баниси кимдир?
38. Сыьорта фондунун йарадылмасынын «амортизасийа» нязяриййясинин баниси кимдир?
39. Сыьортада игтисади тсикл белядир:
40. Щансы фикир дцздцр?
41. Сыьорта механизминин тятбиги бунунла баьлыдыр:
42. Мяркязляшдирилмиш сыьорта фонду йарадылыр:
43. Сыьорта мцнасибятляри системини эюстяр:
44. Сыьорта мцнасибятляринин ещтимал характери ифадя олунур:
45. Сыьортачынын сыьорта фонду йарадылыр:
46. Совет игтисадиййаты дюврцндя сыьорта малиййяси аид иди:
47. Сыьорта категорийасынын функсийасы щесаб едилмир:
48. Сыьортанын тятбиги формалары будур:
49. Мцасир дюврдя сыьорта мцнасибятляри дашыйыр:
50. Игтисади субйектин тящлцкясизлийи юзцнцсыьорталама йолу иля мцмкцндцр:
51. Сыьортанын мащиййятини ифадя едян жящят щансыдыр?
52. Мяркязляшмиш малиййяйя аид едилмир:
53. Сыьорта мцнасибятляри заманы малиййя мцнасибятляри:
54. Мцасир сыьорта ширкятиндя йарадылыр:
55. Сыьортачынын фнукисйаларына аид едилмир:
56. Сыьортанын унксийасыны эюстяр
57. Дювлят мяркязляшдирилмиш сыьорта фонду йарадылыр:
58. Сыьорта фонду истифадясинин сябяби:
59. Мцасир сыьортачынын сыьорта фондунун характери:
60. Сыьорта мцдафиясинин ясас характерик жящятляри щансылардыр?
61. Сыьорта мцдафияси игтисади категорийасынын мадди ясасы нядир?
62. Бу сыьортанын ибтидаи формасы щесаб едилир:
63. Сыьортачынын фяалиййят предметидир:
64. Сыьорта цчцн беля пул мцнасибятляри характерикдир:
65. Сыьорта фонду бу мягсяд цчцн йарадылыр:
66. Сыьорта фондунун мянбяйидир:
67. Сизжя, сыьорта, жямиййятин базис мцнасибятляридир, йохса цстгурум елементидир?
68. Эениш мянада сыьорта фонду будур:
69. Сыьорталыйа мцнасибятдя сыьорта тядиййяляринин гайытмасы юзцнц эюстярир:
70. Зярярин ярази бахымдан бюлцшдцрцлмяси – будур:
71. Universal sığorta məhsulu və onun sxemi
72. Sığorta məhsulunun təkamülü
73. Sığorta məhsulunun hazırlanması biznes-prosesinin idarə edilməsi
74. Sığortalı tərəfindən sığоrta məhsulunun seçilməsi parametrlərinin xarakteristikası
75. Fəaliyyətdə olan sığrta məhsulunun marketingi

**«Современные страховые продукты»**

1. Страховой продукт как товар на рынке страховых услуг.
2. Этапы разработки и выводы на рынок нового страхового продукта.
3. Расширение ассортимента страховых услуг.
4. Прямые продажи страхового продукта.
5. Подготовка страхового продукта.
6. Страховой конструктор.
7. «Банковские окна» реализации страховыхполистов.
8. Система сбыта страховых продуктов.
9. Специфика каробочных страховых продуктов.
10. Ключевая проблемы разработки продуктов.
11. Классификация инновационных страховых продуктов.
12. Управление бизнес-процессом разработки страховых продуктов.
13. Схема « универсального» страхового продукта.
14. Страховые продукты будущего.
15. Цена страхового продукта.
16. Ревизия страхового продукта.
17. Специфика маркетинга в страховании.
18. Функции участников каналов продвижения страховых продуктов.
19. Брокерский канал при продукта страховых продуктов.
20. Индивидуальная страховые продукты.
21. Расширение ассортименты страховых услуг.
22. Сушность и функции страхового портфеля.
23. Типы и виды страховых портфелей.
24. Консептуальная модель страхового портфеля.
25. Формирования страхового портфеля.
26. Страховой портфель как основа стабильности страховой компании.
27. Функция отбора страховых услуг.
28. Расчетная функция страхового портфеля.
29. Ососбенности страхового портфеля.
30. Аггресивный страховой портфель.
31. Диверсификационный страховой портфель.
32. Реальная модель страхового портфеля.
33. Классификация страховых портфелей по срокам.
34. Пассивная модель страхового портфеля.
35. Классификация страховых портфелей по форме.
36. Консервативный страховой портфель
37. Ососбенности передачи страхового портфеля.
38. Портфель рисков страхование.
39. Страховой портфель универсальных рисков.
40. Страховой портфель специфического риска.
41. Идеальная модель страхового портфеля.
42. Структура страхового портфеля.
43. Страховой продукт как товар на рынке страховых услуг.
44. Этапы разработки и выводы на рынок нового страхового продукта.
45. Расширение ассортимента страховых услуг.
46. Прямые продажи страхового продукта.
47. Подготовка страхового продукта.
48. Страховой конструктор.
49. «Банковские окна» реализации страховыхполистов.
50. Система сбыта страховых продуктов.
51. Специфика каробочных страховых продуктов.
52. Ключевая проблемы разработки продуктов.
53. Классификация инновационных страховых продуктов.
54. Управление бизнес-процессом разработки страховых продуктов.
55. Схема « универсального» страхового продукта.
56. Страховые продукты будущего.
57. Цена страхового продукта.
58. Ревизия страхового продукта.
59. Специфика маркетинга в страховании.
60. Функции участников каналов продвижения страховых продуктов.
61. Брокерский канал при продукта страховых продуктов.
62. Индивидуальная страховые продукты.
63. Расширение ассортименты страховых услуг.
64. Ключевая проблемы разработки продуктов.
65. Классификация инновационных страховых продуктов.
66. Управление бизнес-процессом разработки страховых продуктов.
67. Схема « универсального» страхового продукта.
68. Страховые продукты будущего.
69. Цена страхового продукта.
70. Ревизия страхового продукта.
71. Специфика маркетинга в страховании.
72. Функции участников каналов продвижения страховых продуктов.
73. Брокерский канал при продукта страховых продуктов.
74. Индивидуальная страховые продукты.
75. Расширение ассортименты страховых услуг.