

CURSO DE PROMOTOR COMERCIAL DE SEGUROS



350,00 € - 450,00 €

El promotor de seguros es un profesional encargado de la comercialización y venta de productos y servicios ofertados por entidades aseguradoras. Se encarga por tanto de realizar tareas relacionadas con el asesoramiento técnico al cliente durante la vigencia del contrato, garantizando la gestión de la cartera de clientes. A través del presente curso de promotor de seguros se ofrece al alumnado la formación necesaria para especializarse en estas funciones de asesoramiento, información y venta, capacitándole para desarrollar una carrera profesional como promotor de seguros.

Categorías: [Comercio y Marketing](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	200 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. MÓDULO 1. ASESORAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE SEGUROS Y REASEGUROS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONTRATO DE SEGURO.

1. Concepto y características.
2. Formas de protección. Transferencia del riesgo: el seguro.
3. Ley de Contrato de Seguro. Disposiciones generales.
4. Derechos y deberes de las partes.
5. Elementos que conforman el contrato de seguro:
6. Fórmulas de aseguramiento:
7. Clases de pólizas:
8. Ramos y modalidades de seguro:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISTRIBUCIÓN DE RIESGOS.

1. El coaseguro. Concepto:
2. El reaseguro. Concepto:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PLANES Y FONDOS DE PENSIONES.

1. Concepto y funcionamiento:
2. Clases de planes de pensiones:
3. Tipos de prestaciones:
4. Diferencias entre planes de pensiones y seguros de jubilación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCEDIMIENTOS BÁSICOS DE INTERPRETACIÓN DE PROPUESTAS

DE SEGURO Y REASEGURO DE DIFERENTES CONTRATOS.

1. Las propuestas y solicitudes de seguros:
2. Complimentación de propuestas de riesgos personales: salud, vida, enfermedad, accidentes.
3. Complimentación de propuestas de riesgos materiales: incendio, robo, transportes, multirriesgos, ingeniería, vehículos, agrarios.
4. Complimentación de propuestas de riesgos patrimoniales: crédito y caución, responsabilidad civil.
5. Técnicas de comunicación: resolución de dudas planteadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS CLIENTES DE SEGUROS.

1. El cliente de seguros. Características.
2. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos:
3. El servicio de asistencia al cliente:
4. La fidelización del cliente:
5. Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente.
6. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
7. El asesor de seguros:
8. El proceso de negociación:
9. Aplicación de las herramientas de gestión de relación con clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCEDIMIENTOS DE CÁLCULO FINANCIERO APLICABLES A SEGUROS Y FISCALIDAD EN LOS SEGUROS PRIVADOS.

1. Concepto de interés nominal, interés efectivo o tasa anual equivalente (TAE):
2. Concepto de renta. Tipos: constantes, variables, fraccionadas:
3. Tarificación manual de diferentes tipos de seguros:
4. Tarificación informática de diferentes tipos de seguros.
5. Tarificación en el seguro del automóvil.
6. Formas de pago de la propuesta de seguro: efectivo, domiciliación bancaria, y otros.
7. Fiscalidad de los Seguros Privados:
8. Fiscalidad de los planes y fondos de pensiones: prestaciones y aportaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IDENTIFICACIÓN Y GERENCIA DE RIESGOS. PÓLIZAS TIPO O SEGURO A MEDIDA.

1. El riesgo. Concepto:

2. Tratamiento del riesgo: identificación-clasificación, análisis-selección, evaluación-vigilancia.
3. Metodología y sistemas. Desglose de tareas, diagramas, técnicas cualitativas, cuantitativas, árboles de decisión, simulación, modelización, otros, Mapa, lista y plan de riesgos.
4. La transferencia de riesgos. El outsourcing.
5. Identificación, análisis y evaluación de riesgos especiales.
6. Elaboración de productos específicos por agrupación y adaptación de contratos de seguros existentes.
7. Presentación de las propuestas de seguros dirigidas a superiores jerárquicos y a entidades aseguradoras.
8. Valoración de la exclusividad de la propuesta de seguro para clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMATIVA LEGAL DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.

1. Riesgos relacionados con la carga física: el entorno de trabajo, mobiliario (mesa y silla de trabajo), pantallas de visualización, equipos (teclado, ratón) y programas informáticos.
2. Riesgos relacionados con las condiciones ambientales: espacio, iluminación, climatización, ruido, emisiones.
3. Riesgos relacionados con aspectos psicosociales: repetitividad, sobrecarga, subcarga, presión de tiempos, aislamiento.
4. Características de un equipamiento adecuado.
5. **MÓDULO 2. GESTIÓN DE ACCIONES COMERCIALES EN EL ÁMBITO DE SEGUROS Y REASEGUROS**

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SEGURO EN ESPAÑA Y EN LA UNIÓN EUROPEA.

1. Contexto económico nacional e internacional:
2. Normativa general europea de seguros privados. Directivas.
3. Normativa española de seguros privados:
4. El mercado único de seguros en la UE.
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. Los mediadores. Su importancia. Concepto y funciones.
11. Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación:
12. Clases de mediadores. Funciones, forma jurídica y actividades:
13. Detección de oportunidades de negocio. Análisis de las variables y agentes del entorno de las

empresas de mediación (debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LAS ACCIONES COMERCIALES DE PROMOCIÓN Y VENTA Y GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE EN LA ACTIVIDAD DE MEDIACIÓN 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 del seguro:
7. La comunicación como variable del marketing-mix:
8. Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros: características diferenciadoras. Las fuentes de información.
9. Aplicaciones informáticas generales y específicas: sistemas gestores de bases de datos, hojas de cálculo u otras.
10. El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos:
11. El presupuesto de las acciones comerciales:
12. El servicio de asistencia al cliente:
13. La fidelización del cliente:
14. Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente.
15. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
16. La calidad en el servicio:

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

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