

РОСГОССТРАХ ОБЪЯВЛЯЕТ ОЧЕРЕДНОЙ, ДЕВЯТЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИХ НАУЧНЫХ РАБОТ ПО СТРАХОВАНИЮ НА ПРИЗЫ КОМПАНИИ

Призовой фонд для студентов ВУЗов (исключая налоги):

- 1 место — приз 30 000 рублей,
- 2 место — два приза по 22 500 рублей,
- 3 место — три приза по 15 000 рублей.

■ Призы для научных руководителей — 15 000 рублей (за 2 и более призовые работы).

■ Представление работ — до 1 марта 2015 г.

■ Предлагаемая тематика научных работ и рефератов:

Общие проблемы страхования

1. Страховая культура в России: проблемы формирования.
2. Новейшая история развития страхования в России (90-ые гг. XX века – н.в.).
3. Профессиональные объединения страховщиков в РФ – история создания, направления деятельности.
4. История создания и развития страхового надзора в РФ.
5. Правовое регулирование страховой деятельности в РФ.
6. Механизмы трансформации страхового законодательства в РФ в новейшее время.
7. Обычаи страхового рынка/делового оборота в области страхования, не нашедшие отражение в законодательстве РФ и отношение к ним государственных (налоговых, надзорных) и судебных органов.
8. История российского страхования в лицах – кто и как создавал страховые компании в РФ.
9. Российское (советское) страхование в литературе (киноискусстве).

Страховой рынок России

10. Стратегия развития страховой деятельности в России до 2020 года.
11. Зарубежные компании на страховом рынке РФ – причины успеха.
12. Каптивные страховые компании в России.
13. Региональные страховые компании в РФ – пути выживания.
14. Анализ страховых рынков стран СНГ и ЦВЕ с точки зрения возможной экспансии российских страховщиков.
15. Анализ страхового рынка региона (возможно по конкретному виду страхования, либо по целевому клиентскому сегменту или каналу продаж – розница, корпоративное страхование, посредники).
16. Тенденции рынка и прогноз убыточности ОСОПО (обязательного страхования опасных производственных объектов) или ОСГОП (обязательного страхования гражданской ответственности перевозчика).
17. Состояние и перспективы перестрахования на российском страховом рынке в условиях экономических санкций.
18. Страхование ЧМ по футболу 2018 – потенциальные возможности для страховых компаний РФ.

Страховой рынок ОСАГО в РФ

19. Кризис Российского рынка ОСАГО – причины и следствия.
20. Перспективы развития рынка ОСАГО в РФ при увеличении размеров выплат.
21. Прямое возмещение убытков (ПВУ) в ОСАГО – плюсы и минусы в Российских условиях.
22. Кросс-продажи в ОСАГО.
23. Автоюристы в ОСАГО и их влияние на рынок.
24. Тарифные ставки по ОСАГО в России и за рубежом – сравнительный анализ.

25. Правовые аспекты урегулирования убытков по утрате товарной стоимости транспортного средства (ТС) по ОСАГО.

26. Проблемы и пути решения урегулирования убытков по ОСАГО в натуральной форме (направления на СТОА и пр.).

27. Правовые и практические аспекты прямого возмещения убытков по ОСАГО в судебном порядке.

Отдельные виды страхования

28. Социальное и коммерческое страхование в РФ – сравнение и сопоставление.
29. Перспективные виды страхования для рынка РФ (на примере конкретного региона).
30. Управление рисками на предприятиях топливно-энергетического комплекса.
31. Метрополитен как потенциальный объект для страхования.
32. Необходимость и возможность страхования гастарбайтеров в России.
33. Страхование легкомоторной авиации в РФ – оценка рынка.
34. Страхование ответственности владельцев маломерных судов в России – потребности и объем рынка.
35. Страхование занятиями экстремальными видами спорта.
36. Страхование космической отрасли в РФ – состояние и проблемы.
37. Ритуальное страхование – российский и зарубежный опыт.
38. Страхование ответственности туроператоров и туркомпаний – причины кризиса рынка в РФ.
39. Исламское страхование такафул – сущность, возможности использования в России.
40. Страхование грузов – состояние и перспективы.
41. Страхование в сельскохозяйственной отрасли – реальные убытки или перспективы развития аграриев.
42. Обязательное страхование строений физических лиц в России – история, перспективы.
43. Развитие страхования КАСКО в условиях жесткой конкуренции.
44. Перспективы введения новых видов страхования ответственности.
45. Сравнительный анализ условий ипотечного страхования (на примере ведущих страховых компаний РФ).
46. Страхование строительно-монтажных рисков на современном этапе.
47. ОМС и ДМС в России – сравнительный анализ.
48. Медицинские учреждения страховых компаний – причины создания, анализ деятельности.
49. Актуальные проблемы долгосрочного страхования жизни.
50. Накопительное страхование жизни и страхование от несчастного случая –

сравнительный анализ.

51. Инвестиционное страхование жизни: анализ современного состояния и перспективы развития.

52. Страховая защита учебного учреждения – виды, формы, примеры реализации.

Организация продаж страховых продуктов

53. Электронный полис – сущность, особенности, организация продаж.
54. Агентский канал продаж страховых компаний – плюсы и минусы.
55. Офисные продажи страховых продуктов – организация и особенности.
56. Совместные продажи банковских и страховых продуктов – опыт российского и зарубежного рынков.
57. Каналы продаж страховых услуг – сравнительный анализ.
58. Студенты как потенциальные страхователи – особенности клиентского сегмента.
59. Мобильные гаджеты в страховании – пути и формы использования.
60. Кросс-продажи в страховании: продукты, приемы, примеры. Анализ состояния и перспективы применения на российском рынке.
61. Финансовый супермаркет – концепция, структура, примеры реализации.
62. Он-лайн страхование: развитие продаж или риск потери «живого» клиента?
63. Клиентский сервис в офисах продаж (на примере региона) как конкурентное преимущество.
64. Организация системы продаж долгосрочного страхования жизни.
65. Страхование жизни для юридических лиц – пути и способы продаж.
66. Задачи, проблемы, перспективы совершенствования операционного учёта в страховой компании.
67. Совершенствование системы урегулирования убытков в страховой компании (основные направления и пути).
68. Упрощенные программы урегулирования убытков по страхованию имущества граждан, их преимущества и недостатки.
69. Пути решения проблемы убыточности в автостраховании и инструменты для её снижения.
70. Учёт и использование требований Закона о защите прав потребителей в юридической работе страховых компаний.
71. Страховое мошенничество в России – проявление, анализ состояния (в том числе по отдельным видам).
72. Неосновательное обогащение: понятие, признаки и правовые последствия.
73. Соотношение суброгации и регресса в современном гражданском праве.
74. Применение сроков исковой давности в суброгационных и регрессных требованиях.

75. Правовые аспекты применения франшизы в автостраховании.

Персонал страховой компании: набор, подготовка, управление, мотивация

76. Пути и способы нематериальной мотивации сотрудников страховых компаний.
77. Организация системы материальной мотивации различных категорий сотрудников СК.
78. Методы и приемы повышения лояльности страхового агента к компании.
79. Страховой агент глазами студента.
80. Лояльность персонала как важный фактор информационной безопасности страховщиков.
81. Активные формы преподавания страховых дисциплин в ВУЗе (колледже).
82. Зарубежные и российские системы подготовки страховщиков – сравнение и особенности.
83. Адаптационные мероприятия для молодых продавцов как способ формирования лояльных сотрудников.
84. Современные методы проведения PR-компаний для формирования положительного имиджа компании как перспективного работодателя.
85. Миграция персонала между страховыми компаниями в РФ и её влияние на рынок труда.
86. Реклама и PR в страховании (газеты, журналы, Интернет-ресурсы, агентства).
87. Активность страховых компаний в новых медиа – сравнительный анализ (фейсбук, твиттер и т.д.).
88. Корпоративный сайт как лицо страховой компании.
89. Нестандартный маркетинг в страховании (PR-акции, творческий подход к решению бизнес-задач).
90. Страховой маркетинг в условиях высокой конкуренции на современном страховом рынке РФ.
91. Структура PR службы в страховой компании и направления повышения её эффективности.
92. Особенности медиапланирования в страховании. Наиболее эффективные медиаканалы.
93. Исследование конкурентной среды в страховании. Что и зачем нужно знать о конкуренте.
94. Организация взаимоотношений PR-подразделений страховых компаний и СМИ.
95. Современные инструменты оценки эффективности рекламных кампаний страховщиков.
96. PR-активности страховых компаний в России и в конкретном регионе (ивенты, медиа, включая социальные сети, методы конкурентной борьбы).

Требования к работе: объем 40 – 70 страниц (без списка литературы и приложений), оформление в соответствии с требованиями для курсовых и дипломных работ. Работы присылаются в печатном переплетенном виде (1 экз.) и в электронном типа Word (*.doc файл) на дискете (CD) в конверте с пометкой "На конкурс студенческих научных работ компании РОСГОССТРАХ" по адресу: 119991, Москва-17, ул. Большая Ордынка, д. 40 стр. 3 с карточкой автора с указанием ФИО, ВУЗа, факультета, специальности, темы работы, домашнего адреса с индексом, телефона с кодом для звонков из Москвы, e-mail, данных о научном руководителе (если был), а также, желательно, прислать заявление на обработку персональных данных (образец на сайте www.RGS.ru или по ссылке QR-code).

