

Gestión de acciones comerciales en el ámbito de seguros y reaseguros (MF2178_3)

Gestión de acciones comerciales en el ámbito de seguros y reaseguros (MF2178_3)

Duración: 40 horas

Precio: 300 euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. El seguro en España y en la Unión Europea
1.1 Contexto económico nacional e internacional:
1.1.1 El sistema financiero español y europeo.
1.1.2 Entidades públicas y privadas que lo componen.
1.1.3 Características, estructura, evolución, elementos y funciones.
1.2 Normativa general europea de seguros privados. Directivas.
1.3 Normativa española de seguros privados:
1.3.1 Ley de Contrato de seguro.
1.3.2 Ley de Ordenación y Supervisión del Seguro Privado.
1.3.3 Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros.
1.3.4 Código de Comercio, otros.
1.4 El mercado único de seguros en la UE.
1.5 Derecho de establecimiento y libre prestación de servicios en la UE.
1.6 La actividad de mediación de seguros y reaseguros en el Mercado Único: Organigrama del sector seguros en España.
1.7 Organismos reguladores:
1.7.1 Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.
1.7.2 Registro administrativo especial de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos. PUI de mediadores de seguros y reaseguros (DGS y/o CCAA).
1.7.3 Consorcio de Compensación de Seguros.
1.7.4 Junta Consultiva de Seguros.
1.8 Elaboración y presentación de informes del análisis del sector y entorno nacional y europeo de seguros.
1.9 El Blanqueo de capitales.
1.10 Los mediadores. Su importancia. Concepto y funciones.

© icaformación2026

1.11 Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación:
1.11.1 Canal tradicional.
1.11.2 Distribución en el sector financiero.
1.11.3 Otros canales de distribución.
1.12 Clases de mediadores. Funciones, forma jurídica y actividades:
1.12.1 Agentes: Agentes de seguros exclusivo. Agente de seguros vinculado a varias entidades aseguradoras.
1.12.2 Operador de banca- seguros: Operadores de banca- seguros exclusivos. Operador de banca- seguro vinculado.
1.12.3 Corredores: Corredor de seguros. Corredor de reaseguros.
1.12.4 Auxiliares externos de los mediadores de seguros.
1.13 Detección de oportunidades de negocio. Análisis de las variables y agentes del entorno de las empresas de mediación (debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades).
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
2.1 Estructuras comerciales en el sector seguros:
2.1.1 El ciclo de la gestión comercial en el sector.
2.1.2 Proceso y fases en la venta de seguros.
2.2 Marketing de servicios y marketing de seguros:
2.2.1 Concepto de marketing.
2.2.2 Marketing interactivo.
2.2.3 Marketing interno.
2.2.4 El marketing mix en seguros. Concepto y elementos operativos.
2.3 El plan de marketing en seguros:
2.3.1 Análisis de la situación
2.3.2 Objetivos de la empresa: de resultados y de actuación.
2.3.3 Estrategia de marketing.
2.3.4 Determinación del sistema de promoción.
2.3.5 Tácticas de marketing (marketing- mix).
2.4 Investigación y segmentación de mercados:
2.4.1 El mercado de referencia.
2.4.2 El análisis de la situación del mercado objetivo.
2.4.3 Análisis del entorno.
2.4.4 Investigación de mercados.
2.4.5 La segmentación de mercados.
2.4.6 Mercado teórico, actual, potencial y futuro. La competencia.
2.4.7 Aplicación de técnicas de segmentación e investigación de mercados de la actividad de mediación: DAFO, características generales, oferta y demanda de productos de seguros y reaseguro, posicionamiento.
2.5 El producto y la política de precios:
2.5.1 El concepto del producto
2.5.2 La percepción del producto por el consumidor.
2.5.3 La rentabilidad del producto y su ciclo de vida.

© icaformación2026

2.5.4 El precio del producto: las primas.
2.6 La distribución en el sector del seguro:
2.6.1 La distribución del producto.
2.6.2 La venta personal como estrategia de distribución.
2.6.3 La figura del inspector y sus funciones como motor de la acción comercial.
2.6.4 La venta directa o marketing directo.
2.7 La comunicación como variable del marketing- mix:
2.7.1 La comunicación.
2.7.2 Las acciones promocionales.
2.7.3 La comunicación publicitaria.
2.7.4 Otras formas específicas de comunicación.
2.7.5 Imagen y situación en el mercado.
2.8 Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros: características diferenciadoras. Las fuentes de información.
2.9 Aplicaciones informáticas generales y específicas: sistemas gestores de bases de datos, hojas de cálculo u otras.
2.10 El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos:
2.10.1 Criterios de segmentación: características personales, socioeconómicas, 2.10.2 volumen de primas contratadas, propensión a la compra, riesgos.
2.10.3 Variables de decisión en la contratación de seguros y reaseguros.
2.10.4 Previsiones de la evolución de la cartera.
2.10.5 Revisión sistemática de la cartera.
2.10.6 Planificación de las visitas y entrevistas de ventas de seguros, presenciales o telefónicas en la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
2.10.7 El control de la producción.
2.10.8 Índice de aprovechamiento del mercado.
2.11 El presupuesto de las acciones comerciales:
2.11.1 Asignación y cuantificaciones de costes
2.11.2 Ratios de rentabilidad y eficiencia.
2.12 El servicio de asistencia al cliente:
2.12.1 El servicio integral: acercamiento, emisión de la póliza, pago de primas, siniestros (asistencia al cliente, liquidación).
2.13 La fidelización del cliente:
2.13.1 Técnicas de fidelización.
2.13.2Acciones de seguimiento: ratios de eficacia, nivel de aseguramiento, actualización de coberturas, nuevas necesidades personales y profesionales.
2.14 Aplicaciones informáticas de gestión de las relaciones con el cliente.
2.15 Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
2.16 La calidad en el servicio:
2.16.1 Estructura adecuada.
2.16.2 Equilibrio productos- primas.
2.16.3 Profesionalización. Formación continua.

© icaformación2026

2.16.4 Atención eficaz: presencial, telefónica y telemática.
2.16.5 Gestión de la calidad del servicio: reducir el error.
2.16.6 El coste de la calidad: prevención, inspección y control, fallos internos y externos.
3. Seguimiento y control de las acciones comerciales de la actividad de mediación de seguros y reaseguros
3.1 Los procedimientos de control y evaluación de las acciones comerciales.
3.2 Cálculo de ratios de rentabilidad y eficacia:
3.2.1 Eficiencia.
3.2.2 Número de visitas y entrevistas.
3.2.3 Llamadas.
3.2.4 Volumen de primas.
3.2.5 Solicitudes e informaciones.
3.3 El informe de presentación de resultados y consecución de objetivos:
3.3.1 Objetivos, estructura y contenido.
3.4 Actuaciones de mejora aplicables a la acción comercial propuesta.

© icaformación2026