

Efektywność wybranych kanałów dystrybucji ubezpieczeń grupowych na podstawie Towarzystwa Ubezpieczeń na Życie ING S.A. w latach 2006-2011.

Wstęp

Rozdział 1

Zagadnienia wstępne

1.1 Uzasadnienie wyboru tematu pracy

1.2. Cele pracy i hipotezy badawcze

1.3. Metody badań

1.3.1. Wybór obiektu badawczego

1.3.2. Źródła materiałów empirycznych

1.3.3. Metody przetwarzania danych empirycznych

1.4. Zakres pracy

Rozdział 2

Podstawowe pojęcia dotyczące ubezpieczeń i dystrybucji

2.1. Ubezpieczenie, jego definicja i istota

2.2. Funkcje i podział ubezpieczeń życiowych

2.3. Czynniki wpływające na rozwój ubezpieczeń

2.4. Dystrybucja, kanały dystrybucji

2.4.1. Dystrybucja bezpośrednia

2.4.2. Dystrybucja pośrednia

Rozdział 3

Ubezpieczenia grupowe na życie

- 3.1. Pojęcie, podmiot i przedmiot ubezpieczeń grupowych
- 3.2. Zarys historii ubezpieczeń grupowych w Polsce
- 3.3. Rozwój ubezpieczeń grupowych

Rozdział 4

Charakterystyka Towarzystwa Ubezpieczeń na Życie ING S.A.

- 4.1. Historia powstania Towarzystwa
- 4.2. Historia działalności na terenie Polski
- 4.3. Zakres działania i charakterystyka branży
- 4.4. Oferta produktowa Towarzystwa Ubezpieczeń na Życie ING S.A. w zakresie grupowych ubezpieczeń na życie
- 4.5. Charakterystyka Klientów TUnŻ ING S.A.

Rozdział 5

Charakterystyka poszczególnych kanałów dystrybucji ubezpieczeń grupowych TUnŻ ING S.A. oraz ich efektywność w latach 2006-2011.

- 5.1. Przedstawiciele Ubezpieczeniowo-Finansowi
- 5.2. Sprzedaż bezpośrednia – Pracownicy Centrali
- 5.3. Brokerzy
- 5.4. Multiagencje
- 5.5. Bancassurance

Wnioski

Bibliografia

Spis tabel

Spis schematów

Spis rysunków