

Spotkanie nr 4 – Ubezpieczenia

styczeń 2014

Cele:

- przypomnienie wiadomości o rynku ubezpieczeń w Polsce,
- pogłębienie wiedzy o produktach finansowych, jakimi są ubezpieczenie kredytu i odwrócona hipoteka,
- rozwijanie umiejętności wykorzystywania Internetu do pogłębiania wiedzy ekonomicznej.

Potrzebne zasoby:

- Materiał pomocniczy do pracy w grupach: nr 1, nr 2
- Materiał pomocniczy do pracy indywidualnej: nr 1, nr 2, nr 3
- komputer i rzutnik
- duże karty papieru, flamastry

Etapy spotkania:

1. Etap nr 1 – powtórzenie wiadomości o ubezpieczeniach
2. Etap nr 2 - ubezpieczenia kredytów
3. Etap nr 3 – reklama - jak z niej korzystać?
4. Etap nr 4 – odwrócona hipoteka

Przebieg spotkania:

1. Powitaj uczestników i powiedz, że tematem spotkania będzie powtórzenie i pogłębienie wiadomości na temat rynku ubezpieczeń z wykorzystaniem narzędzia, jakim jest Internet.

Na początek spotkania zaproponuj wspólne obejrzenie scenki kabaretowej Kabaretu Szarpanina "Ubezpieczenie na życie" dostępnej na stronie internetowej: <http://www.youtube.com/watch?v=w5ojQzAHVP0> . Porozmawiaj chwilę z uczestnikami o tym, jakie zachowania klienta firm ubezpieczeniowych pozwalają uniknąć sytuacji, z których żartują satyrycy (m.in. dokładne czytanie ogólnych warunków ubezpieczenia, sprawdzanie zakresu ubezpieczenia, jakie są wyłączenia, itp.). Następnie podziel uczestników na 4 grupy, każdej grupie rozdaj odpowiednie zadanie (materiały pomocnicze do pracy w grupach, ćwiczenie nr 1). Zadania można przenieść na 4 duże arkusze papieru, tak, aby po zakończeniu ćwiczenia prace uczestników wywiesić w widocznym dla wszystkich miejscu. Powiedz, że celem ćwiczenia jest przypomnienie wiedzy o ubezpieczeniach. Wyjaśnij, że każdy zespół ma 10 minut na uzupełnienie definicji. Po tym czasie grupa przekazuje swoją plakaty zespołowi obok (zgodnie z ruchem wskazówek zegara). Po otrzymaniu prac sąsiadów, grupy zapoznają się z pracą kolegów, ale też uzupełniają plakaty o brakujące treści, informacje odwołując się do własnej wiedzy. Po 2- 3 minutach plakat jest przekazywany grupie następnej. Ćwiczenie powtarzamy, aż prace wrócą do grupy która rozpoczęła zadanie. Na zakończenie ćwiczenia zespoły zapoznają się z uzupełnieniami naniesionymi przez kolegów. Jeśli będzie taka potrzeba, możesz przypomnieć podstawowe pojęcia, wykorzystując materiał pomocniczy dla prowadzącego (można przygotować prezentację multimedialną).

2. Wyjaśnij uczestnikom, że w trakcie spotkania będą mieli okazję zapoznać się z produktami finansowymi, jakimi są ubezpieczenia kredytów i odwrócona hipoteka.

Poleć wykonanie pierwszego ćwiczenia indywidualnie. Zaproponuj uczestnikom, aby weszli na stronę internetową Rzecznika Ubezpieczonych <http://www.rzu.gov.pl/vademecum-ubezpieczonego/abc-ubezpieczen>, następnie wybrali zakładkę - "ubezpieczenie kredytów" i zapoznali się z tekstem. Po zapoznaniu się z treścią poproś uczestników, aby odpowiedzieli na pytania:

- Co to jest ubezpieczenie kredytu i dlaczego banki oferują go klientom?

- Jakie są najbardziej typowe ubezpieczenia sprzedawane przez banki? Wymień przynajmniej cztery?
- Co to są wyłączenia? Podaj przykłady?
- O co trzeba pytać, co sprawdzać decydując się na kupno polisy ubezpieczeniowej wraz z kredytem?
- Czy ubezpieczyciel ma możliwości, aby zgodnie z prawem sprawdzić, czy wcześniejsze choroby mogły mieć wpływ na wypadek, śmierć ubezpieczonego?
- Dlaczego powinniśmy poinformować najbliższych, że mamy ubezpieczenie kredytu?

Na zakończenie tej części ćwiczenia powiedz uczestnikom, że szukając dodatkowych informacji na temat ubezpieczeń kredytów, mogą się zetknąć z używaniem angielskiego określenia tej usługi - bancassurance (sprzedaż polis ubezpieczeniowych w formie indywidualnej lub grupowej klientom banków poprzez sieć dystrybucji banku: oddziały, mobilnych sprzedawców - pracowników banku, call centre, Internet, pośredników finansowych - jeżeli stroną umowy z pośrednikiem jest bank, a nie ubezpieczyciel).

3. Zaproponuj grupie wspólne wykonanie ćwiczenia polegające na przygotowaniu listy zalet i wad ubezpieczeń kredytu. Zgromadźcie argumenty z punktu widzenia konsumenta. Przygotuj duży arkusz papieru, podziel go na dwie kolumny, pierwszą zatytułuj: zalety, drugą: wady. Wspólnie uzupełnijcie plakat, zapisuj wnioski uczestników. Jeśli będzie taka potrzeba przedyskutujcie zgłaszane argumenty.

Ubezpieczenie kredytu	
ZALETY	WADY

Podsumowując ćwiczenie zastanówcie się, jakie możliwości ma klient, kiedy zależy mu na uzyskaniu kredytu, a nie chce kupować ubezpieczenia proponowanego przez bank do tego kredytu. (O kupnie produktu zawsze decyduje klient! Pamiętajmy o tym, czego my potrzebujemy, w jakim celu kupujemy dany produkt. Należy porównywać oferty różnych banków, itp.)

4. Zwróć uwagę uczestników kursu, że jednym ze sposobów, w jaki banki i instytucje ubezpieczeniowe docierają ze swoimi produktami do konsumentów, jest reklama. Zaproponuj, iż w tej części zajęć chwilę uwagi poświęcicie reklamie. Jako wprowadzenie do ćwiczenia możesz przygotować krótką prezentację, z pomocą której przekażesz uczestnikom podstawowe informacje o reklamie. Podaj definicję reklamy, jej podstawowe funkcje i podstawowe elementy, z których się składa. Reklama (łacińskie *reclamo* - krzyczyć do kogoś) informacja połączona z komunikatem perswazyjnym. Zazwyczaj ma na celu skłonienie do nabycia lub korzystania z określonych towarów czy usług, popierania określonych spraw lub idei. Funkcje reklamy: **Informacja** o produkcie, usłudze (*zastosowanie, parametry, skład, rozmiar*); **Nakłanianie** (*wskazanie korzyści, wynikających z zakupu produktu lub usługi*); **Utrwalanie** (*wizerunku firmy, marki, logo*); **Edukacja** (*przygotowanie nabywcy do przyjęcia nowego produktu, usługi, zachowania*) Elementy klasycznej reklamy: **Uwaga** (*co to jest?*); **Zainteresowanie** (*o co tu chodzi?*); **Pragnienie** (*chcę to mieć!*); **Działanie** (*zakup*).

Przypomnij, że reklama chętnie wykorzystuje wiedzę psychologiczną. Ponieważ wiadomo, że ludzie często kupują i wybierają podświadomie, sprzedawcy próbują wykorzystać ten fakt. Mimo, że granie na uczuciach napotyka na ograniczenia - chroni nas prawo, zasady etyczne i estetyczne - to jednak było, jest i zapewne będzie ono dominującym sposobem wpływania na decyzję o zakupie. Dlatego reklama często odwołuje się do naszych emocji i je wykorzystuje. Zwróć również uwagę uczestników, że reklama wykorzystywana jest nie tylko przez sprzedawców towarów i usług, ale też przez fundacje, organizacje pozarządowe, czy instytucje państwowe. Za jej pomocą odbywają się kampanie informacyjne, podejmowane są próby zwrócenia uwagi na jakiś problem społeczny, próby zmiany niewłaściwych zachowań, np. kampania przeciw pijanym kierowcom. Podsumowując ten fragment zajęć podkreśl, że dla konsumenta zawsze najważniejsze przy ocenie przekazu reklamy powinno być kryterium jej **wiarygodności**.

5. Zaproś wszystkich uczestników do przeanalizowania spotu reklamowego. Obejrzyjcie reklamę ubezpieczenie na życie. Może to być reklama dostępna pod adresem internetowym: <http://www.youtube.com/watch?v=q94ZyGi53Gk> Następnie podziel uczestników na kilka niewielkich grup. W trakcie wykonywania ćwiczenia grupy powinny mieć możliwość powtórzenia, a nawet kilkakrotnego obejrzenia reklamy. Rozdaj grupom kartę pracy (materiał pomocniczy do pracy w grupach, ćwiczenie nr 2 - jednakowe dla każdej grupy). Daj kilka minut na wykonanie zadania, a następnie poproś, aby jedna osoba z każdej grupy

przedstawiła dokonaną przez zespół analizę reklamy. Chwilę porozmawiajcie o waszych wnioskach na temat obejrzanej reklamy. Zapytaj, czy może ona przyciągnąć uwagę starszych osób, czyje zainteresowanie może wzbudzić, ewentualnie kogo skłonić do zakupu?

6. Przypomnij jeszcze raz uczestnikom, że reklama ma różne funkcje i cele, ale że z punktu widzenia konsumenta najważniejsze jest kryterium wiarygodności przekazu. Następnie wspólnie obejrzyjcie wywiad z pracownikiem Biura Rzecznika Ubezpieczonych na temat skarg na reklamy ubezpieczenia na życie dla seniorów. Wywiad jest dostępny w formie filmiku na stronie: <http://biznes.interia.pl/finanse-osobiste/news/rzecznik-ubezpieczonych-sa-skargi-na-ubezpieczenia-na-zycie,1984784,4141> . Po obejrzeniu wróćcie na chwilę do poprzedniej reklamy, zastanówcie się, czy w reklamie, którą analizowaliście, można wskazać zabiegi o których mówiła urzędniczka. Wykorzystując wiedzę temat ubezpieczeń kredytów, wspólnie przeanalizujcie wiarygodność tej reklamy. (Podawanie informacji, które tylko pozornie są ważne, a nawet mogą wprowadzać w błąd - ubezpieczyciel nie pyta o stan zdrowia, bo ma możliwość sprawdzenia na co chorowaliśmy, 1 zł dziennie, to 365 złotych w ciągu roku, itd.).
7. W tej części spotkania zaproponuj uczestnikom zapoznanie się z informacjami na temat odwróconej hipoteki. Jest to oferta, kierowana przede wszystkim do osób starszych. Wyjaśnij, że w naszym kraju nie ma jeszcze tego produktu rozumianego jako odwrócony kredyt hipoteczny. Jest on natomiast popularny w stanach Zjednoczonych i w krajach Europy Zachodniej. Na rynku są natomiast firmy, które oferują dożywotnią rentę, a w reklamach swojego produktu nazywają ją odwróconą hipoteką. Poproś, aby uczestnicy zapoznali się z artykułem znajdującym się na stronie: http://www.nbp.pl/edukacja/dodatki_educacyjne/gosc_niedzielny/finanse_seniora_odc.6.pdf poproś, aby czytając zwrócili uwagę na różnice pomiędzy rentą dożywotnią, a odwróconym kredytem hipotecznym. Następnie poproś uczestników, aby wykonali ćwiczenie, które pozwoli im sprawdzić czy właściwie przyswoili informacje o tych produktach finansowych. Rozdaj każdemu uczestnikowi ćwiczenie nr 2 z materiałów pomocniczych do pracy indywidualnej. Na zakończenie sprawdźcie, czy zadanie zostało wykonane poprawnie. Uczestnicy do terminu "renta dożywotnia" powinni przyporządkować sformułowania: prawo własności przechodzi na fundusz hipoteczny, świadczenie wypłacane jest do końca życia, renta waloryzowana jest wskaźnikiem inflacji. Natomiast do pojęcia "odwrócona hipoteka": kredytobiorca pozostaje właścicielem, świadczenie otrzymuje się przez okres ustalony w umowie, renta jest stała.

8. Następnie zaproponuj uczestnikom kolejne ćwiczenie. Rozdaj uczestnikom instrukcje zadania, (ćwiczenie 3 z materiałów pomocniczych do pracy indywidualnej) poproś, aby seniorzy przeszli na stronę internetową Urzędu Ochrony Konsumenta i Konkurencji i przeczytali dodatkowe informacje dotyczący odwróconej hipoteki: http://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=10657
Poproś, aby uczestnicy w trakcie czytania artykułu wynotowali trzy, ich zdaniem najważniejsze informacje zawarte w tekście i trzy zagrożenia związane z korzystaniem z renty dożywotniej.
9. Podsumowując ćwiczenie poproś chętną osobę, aby przedstawiła swoje notatki. Zachęć pozostałych do uzupełnień. Zadbaj o to, aby dla wszystkich było jasne, że:
1. na polskim rynku dostępna jest tylko dożywotnia renta, 2. UOKiK wskazuje na niewystarczające uregulowania prawne tego produktu; 3. Rząd jesienią 2013 roku przyjął projekt założeń uregulowania instytucji renty dożywotniej i projekt założeń do ustawy o odwróconym kredycie hipotecznym. Zagrożenia związane z kupnem produktu "renta dożywotnia": 1. Brak uregulowania prawnego na wypadek upadłości przedsiębiorcy, co może skutkować utratą prawa do zamieszkania w nieruchomości. 2. Brak kontroli Komisji Nadzoru Finansowego nad działalnością instytucji finansowych oferujących rentę dożywotnią. 3. Brak wymagań kapitałowych dla tego typu firm.
10. Jako podsumowanie zagadnień związanych z odwróconą hipoteką zaproponuj wspólne wysłuchanie wywiadu z ekspertem. Wywiad dotyczy założeń projektu ustawy o odwróconym kredycie hipotecznym, jest dostępny na stronie: <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Odwocona-hipoteka-sposobem-na-wyzsza-emeryture-2364427.html?gclid=CKKo-6uLI7wCFURc3godZg8APg> Następnie zachęć uczestników do dyskusji, zapytaj: Co sądzą o projekcie ustawy? Czy uważają, że jest oczekiwana przez seniorów? Czy ustawa może zmienić sytuację ekonomiczną emerytów?
11. Kończąc zajęcia porozmawiaj chwilę z uczestnikami o tym, które informacje zdobyte na zajęciach wydają im się szczególnie interesujące, czy przydatne.

MATERIAŁY POMOCNICZE

Materiały do pracy w grupach

ćwiczenie nr 1

Grupa I

Ubezpieczenie to forma **umowy**, jaką zawieramy z **towarzystwem ubezpieczeniowym** na wypadek powstania zdarzenia losowego, które - jeśli nastąpi - zobowiązuje ubezpieczyciela do wypłaty nam **odszkodowania** ze składek płaconych przez osoby ubezpieczone.

Pracując w grupie dopiszcie wyjaśnienia do pojęć związanych z rodzajami ubezpieczeń.

Ubezpieczenia dzielimy na:

Majątkowe -

.....
.....

Osobowe -

.....
.....

Dobrowolne -

.....
.....

Obowiązkowe -

.....
.....

Indywidualne -

.....
.....

Grupowe -

.....
.....

Grupa II

Ubezpieczenie to forma **umowy**, jaką zawieramy z **towarzystwem ubezpieczeniowym** na wypadek powstania zdarzenia losowego, które - jeśli nastąpi - zobowiązuje ubezpieczyciela do wypłaty nam **odszkodowania** ze składek płaconych przez osoby ubezpieczone.

Pracując w grupie dopiszcie wyjaśnienia do pojęć związanych z ubezpieczeniami.

Polisa -

.....

.....
Agent -
.....
.....

Ogólne warunki ubezpieczenia -
.....
.....

Cesja -
.....
.....

Grupa III

Ubezpieczenie to forma **umowy**, jaką zawieramy z **towarzystwem ubezpieczeniowym** na wypadek powstania zdarzenia losowego, które - jeśli nastąpi - zobowiązuje ubezpieczyciela do wypłaty nam **odszkodowania** ze składek płaconych przez osoby ubezpieczone.

Pracując w grupie dopiszcie wyjaśnienia do pojęć, które są ważne przy wyborze ubezpieczenia.

Analiza ryzyka -
.....
.....

Zakres ochrony ubezpieczenia -
.....
.....

Wyłączenia -
.....
.....

Wkład własny -
.....
.....

Grupa IV

Ubezpieczenie to forma **umowy**, jaką zawieramy z **towarzystwem ubezpieczeniowym** na wypadek powstania zdarzenia losowego, które - jeśli nastąpi - zobowiązuje ubezpieczyciela do wypłaty nam **odszkodowania** ze składek płaconych przez osoby ubezpieczone.

Pracując w grupie sporządźcie listę zachowań, o których należy pamiętać zanim zdecydujemy się kupić polisę ubezpieczeniową.

Wskaźcie również, gdzie i kogo mogą prosić konsumenci o pomoc, jeśli uznają, że ubezpieczyciel nie wywiązał się z umowy?

1.
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....

Ćwiczenie nr 2

Obejrzyjcie reklamę dostępną na stronie <http://www.youtube.com/watch?v=jP-L0Koi75U>,

a następnie wykonajcie polecenia:

Zadanie 1.

Odpowiedzcie na pytania:

- Kto jest adresatem reklamy?
- W jaki sposób reklama przekonuje do swojego produktu?
- Jakimi środkami posługują się twórcy reklamy? (dźwięki, obrazy, tło, otoczenie, itp.)
- Czy ta reklama was przekonuje? Uzasadnijcie krótko Wasze zdanie.

Zadanie 2.

Pamiętając, że główne funkcje reklamy to: informacja, nakłanianie, utrwalanie i edukacja, przeanalizujcie reklamę pod tym kontem. Zastanówcie się chwilę i oceńcie poszczególne funkcje reklamy w skali od 1 do 5. Przy założeniu, że jeden to bardzo mało

danej funkcji, a pięć to maksymalnie dużo. Pamiętajcie, że świadomość funkcji reklamy może być pomocna w ocenie jej wiarygodności.

FUNKCJE REKLAMY:	SKALA
INFORMACYJNA -	1 - 2 - 3 - 4 - 5.
NAKŁANIAJĄCA -	1 - 2 - 3 - 4 - 5.
UTRWALAJĄCA -	1 - 2 - 3 - 4 - 5.

Materiały pomocnicze do pracy indywidualnej

Ćwiczenie nr 1

Wejdź na stronę internetową Rzecznika Ubezpieczonych <http://www.rzu.gov.pl/vademecum-ubezpiezonego/abc-ubezpiezen>, następnie wybierz zakładkę - ubezpieczenie kredytów i zapoznaj się z tekstem. Zwróć uwagę, że w prawym górnym rogu znajdują się funkcje, dzięki którym możesz ustawić sobie odpowiednio stronę (wielkość czcionki, kontrast). Po zapoznaniu się z tekstem odpowiedz na pytania:

- Co to jest ubezpieczenie kredytu i dlaczego banki oferują go klientom?
- Jakie są najbardziej typowe ubezpieczenia sprzedawane przez banki? Wymień przynajmniej cztery.
- Co to są wyłączenia? Podaj przykłady
- O co trzeba pytać, co sprawdzać decydując się na kupno polisy ubezpieczeniowej wraz z kredytem?
- Czy ubezpieczyciel ma możliwości, aby zgodnie z prawem sprawdzić, czy wcześniejsze choroby mogły mieć wpływ na wypadek, śmierć ubezpieczonego?
- Dlaczego powinniśmy poinformować najbliższych, że mamy ubezpieczenie kredytu?

Ćwiczenie nr 2

Przejdź na stronę internetową: http://www.nbp.pl/edukacja/dodatki_educacyjne/gosc_niedzielny/finanse_seniora_odc.6.pdf przeczytaj informacje dotyczące renty dożywotniej i hipoteki odwróconej, a następnie wykonaj ćwiczenie:

Poniższe twierdzenia przyporządkuj odpowiednio do: DOŻYWOTNIA RENTA lub ODWRÓCONY KREDYT HIPOTECZNY.

Prawo własności przechodzi na fundusz hipoteczny; Świadczenie wypłacane jest do końca życia; Kredytobiorca pozostaje właścicielem; Renta waloryzowana jest wskaźnikiem inflacji; Świadczenie otrzymuje się przez okres ustalony w umowie; Renta jest stała;

DOŻYWOTNIA RENTA:

.....,
.....,
.....,

ODWRÓCONY KREDYT HIPOTECZNY:

.....,
.....,
.....,

Ćwiczenie nr 3

Przejdź na stronę internetową Urzędu Ochrony Konsumenta i Konkurencji i przeczytaj dodatkowe informacje dotyczący odwróconej hipoteki:

http://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=10657 Czytając artykuł wynotuj trzy, Twoim zdaniem najważniejsze informacje zawarte w tekście i trzy zagrożenia związane z korzystaniem z renty dożywotniej.

Materiały pomocnicze dla prowadzącego spotkanie

Ćwiczenie 1.

Grupa I.

Ubezpieczenia dzielimy na:

Majątkowe - Przedmiotem ubezpieczeń majątkowych jest mienie lub określona wartość majątkowa, ubezpieczenie mieszkania.

Osobowe - przedmiotem ubezpieczeń osobowych jest życie danej osoby, jej zdolność do pracy.

Dobrowolne - korzystanie z większości ubezpieczeń zależy tylko od nas i wysokości środków, jakie możemy przeznaczyć na ewentualne ubezpieczenie

Obowiązkowe - W określonych sytuacjach wykupienie ubezpieczenia jest obowiązkowe, a za jego brak grozi kara. Zakłady ubezpieczeń nie mogą odmówić zawarcia takiej

umowy, nawet jeśli przyszły klient był już sprawcą kilku wypadków. Najpowszechniejsze jest obowiązkowe ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej posiadaczy pojazdów mechanicznych - popularne OC komunikacyjne.

Indywidualne - obejmują pojedyncze osoby bądź rodziny

Grupowe - nazywane też zbiorowymi, obejmujące wiele osób, np. pracowników danego przedsiębiorstwa, czy klientów banku.

Grupa II

Polisa - to dokument potwierdzający zawarcie umowy ubezpieczenia, wystawiany przez zakład ubezpieczeń.

Agent - ubezpieczeniowy to przedsiębiorca (lub osoba fizyczna), który działa na rzecz zakładu ubezpieczeń i w jego imieniu podejmuje czynności związane z zawieraniem umowy.

Ogólne warunki ubezpieczenia - (OWU) to wzorzec umowy, który ma zastosowanie do umowy ubezpieczenia i stanowi jej integralną część. OWU określają w szczególności przedmiot i zakres ubezpieczenia, sposób zawierania umów ubezpieczenia, zakres i czas trwania odpowiedzialności ubezpieczyciela, prawa i obowiązki stron umowy, sposób ustalania wysokości szkód oraz wypłaty odszkodowań lub świadczeń.

Cesja - to przeniesienie praw majątkowych z umowy ubezpieczenia na przykład na rzecz banku, który udziela kredytu, np. na zakup samochodu. W praktyce oznacza to, że jeżeli auto zostanie skradzione, lub zniszczone, a my przestajemy spłacać raty kredytu, bank ma prawo do odszkodowania wypłaconego przez ubezpieczyciela.

Grupa III

Analiza ryzyka - przed wyborem polisy należy zastanowić się, co warto, a czego nie trzeba ubezpieczać. Zależy to od naszej sytuacji życiowej, potrzeb, ocenionego przez nas prawdopodobieństwa wystąpienia zdarzeń niepomyślnych. Powinniśmy ubezpieczać to, co dla nas najcenniejsze i to, co jest objęte dużym prawdopodobieństwem wystąpienia szkody.

Wyłączenia - katalog sytuacji w których firma ubezpieczeniowa odmówi wypłacenia odszkodowania

Wkład własny - inaczej udział własny, to umownie określone kwoty lub procentowe, pomniejszające wysokość wypłacanych odszkodowań. Udział własny charakteryzuje się tym, że zakład ubezpieczeń nie uruchamia ubezpieczenia przy szkodach do określonej wysokości. np.: w umowie ubezpieczeniowej domu mamy zapisany udział własny w kwocie do 5000 zł, to znaczy, że jeżeli powstała szkoda zostanie wyceniona na mniej niż 5000 zł, np. 4800 zł, towarzystwo ubezpieczeniowe nie wypłaci nam odszkodowania.

Jeśli szkoda zostałaby wyceniona na 9000 zł, to towarzystwo ubezpieczeniowe wypłaci, w tym przypadku odszkodowanie w wysokości 4000 zł.

Grupa IV

Zanim kupimy polisę należy:

1. ustalić co chcemy ubezpieczyć, od jakich zdarzeń chcemy się ubezpieczyć.
2. określić na jaką kwotę chcemy się ubezpieczyć.
3. porównać oferty ubezpieczeń w różnych zakładach ubezpieczeń pamiętając, aby porównać nie tylko cenę, ale również zakres ubezpieczenia.
4. przed podpisaniem umowy zapoznać się z ogólnymi warunkami ubezpieczenia, dopytać o definicje pojęć, o wyłączenie, o wkład własny.
5. pamiętać, że osoba fizyczna ma 30 dni na odstąpienie od umowy, jeśli umowa ubezpieczenia została zawarta na okres dłuższy niż sześć miesięcy. Możemy odstąpić od umowy bez podawania przyczyn.
6. sprawdzić, czy wybrany przez nas ubezpieczyciel nie został wskazany jako podmiot nie posiadający zezwolenia Komisji Nadzoru Finansowego na prowadzenie działalności ubezpieczeniowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Jeśli uważamy, że zakład ubezpieczeń nie wywiązał się z umowy możemy prosić o pomoc: Rzecznika Ubezpieczonych

Ubezpieczenie kredytu	
ZALETY	WADY
<p>Np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - łatwiejsze uzyskanie kredytu, przy niewystarczającej wiarygodności kredytowej (ubezpieczenie zamiast poręczycieli) - zabezpieczenia ryzyka na wypadek kłopotów ze spłatą kredytu. 	<p>Np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - skomplikowany produkt finansowy, trudna do oceny jego atrakcyjności dla klienta - obciążenie kredytu dodatkowymi kosztami - klient nie jest stroną, umowę o ubezpieczenie zawiera w jego imieniu bank z instytucją ubezpieczeniową.

Reklama

Definicja:

Łacińskie *reclamo* - krzyżeć do kogoś; informacja połączona z komunikatem perswazyjnym. Zazwyczaj ma na celu skłonienie do nabycia lub korzystania z określonych towarów czy usług, popierania określonych spraw lub idei

Funkcje reklamy:

Informacja o produkcie, usłudze (*zastosowanie, parametry, skład, rozmiar*)

Nakłanianie (*wskazanie korzyści, wynikających z zakupu produktu lub usługi*)

Utrwalanie (*wizerunku firmy, marki, logo*)

Edukacja (*przygotowanie nabywcy do przyjęcia nowego produktu, usługi, zachowania*)

Elementy klasycznej reklamy:

Uwaga (*co to jest?*)

Zainteresowanie (*o co tu chodzi?*)

Pragnienie (*chcę to mieć!*)

Działanie (zakup)

Przydane adresy stron internetowych:

<http://www.rzu.gov.pl/publikacje/raporty-i-opracowania>

<http://www.rzu.gov.pl/publikacje/artykuly-pracownikow-i-wspolpracownikow>

http://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=10657

<http://legislacja.rcl.gov.pl/docs/1/14617/19448/19449/dokument87128.pdf?lastUpdateDay=18.10.13&lastUpdateHour=21%3A57&userLogged=false&date=poniedzia%C5%82ek%20>

<http://legislacja.rcl.gov.pl/lista/1/projekt/14617>

<http://www.piu.org.pl/>

<http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/edukacja/edukacja.html>

<http://www.nbportal.pl/pl/np>