

# **Direttiva all'esame modulare**

**Economia assicurativa**



Autore Sede AFA  
Versione 1.1  
Data 10.07.2013

# Sommario

---

<b>1.</b>	<b>Obiettivi specifici</b>	<b>3</b>
<hr/>		
<b>2.</b>	<b>Materia d'esame</b>	<b>3</b>
<hr/>		
<b>3.</b>	<b>Svolgimento dell'esame</b>	<b>6</b>
<hr/>		
<b>4.</b>	<b>Durata dell'esame</b>	<b>6</b>
<hr/>		
<b>5.</b>	<b>Mezzi ausiliari</b>	<b>6</b>

# 1 Obiettivi specifici

- Il candidato / La candidata è consapevole del fatto che sviluppi sociali, politici, legali, economici, tecnologici ed ecologici influenzano, o possono influenzare, notevolmente la struttura, cultura e strategia di un'assicurazione. Tra questi aspetti troviamo, con riguardo al contesto economico-finanziario, anche la strategia d'investimento della compagnia.
- Il candidato / La candidata è motivato/a a seguire gli sviluppi e le tendenze che si delineano nei diversi rami del settore assicurativo.
- Il candidato / La candidata è consapevole dell'esistenza di diversi gruppi d'interesse con interessi divergenti (il vero e proprio cliente assicurativo, il partner commerciale, altri collaboratori e l'investitore), da tenere in debita considerazione.
- Il candidato / La candidata è consapevole del fatto che il suo agire viene influenzato dall'interazione di strategia aziendale, strutture organizzative, cultura istituzionale e dagli obiettivi che ne derivano.
- Il candidato / La candidata si impegna a fondo affinché il servizio fornito al cliente soddisfi le esigenze di qualità e il cliente assicurativo venga informato in modo adeguato (trasparenza).
- Il candidato / La candidata è motivato/a a riconoscere il mutare delle esigenze dei clienti e, su tale base, a presentare proposte di soluzione allettanti e personalizzate tratte dalla gamma di prodotti. Fa in modo che tutti i prodotti siano sempre accessibili al cliente assicurativo (cross selling).
- Il candidato / La candidata è consapevole del fatto che per ottenere un buon grado di fidelizzazione dei clienti è indispensabile curare e gestire attivamente la clientela e che anche i reclami costituiscono un'opportunità per generare clienti soddisfatti e diffondere un'immagine positiva.
- Il candidato / La candidata è consapevole che nella strutturazione dei prodotti assicurativi è necessario tenere conto dei tratti essenziali del contesto economico, regolamentare, tecnologico, sociale ed ecologico.
- Il candidato / La candidata mira a elaborare offerte personalizzate per le coperture auspiccate dal cliente avvalendosi di un'analisi degli obiettivi e della situazione nonché di una valutazione individuale del rischio.
- Il candidato / La candidata è consapevole del fatto che nello svolgimento della sua attività deve attenersi alle disposizioni in materia tecnico-assicurativa (direttive e processi di underwriting, riassicurazione, pool ecc.).

## 2 Materia d'esame

### Tassonomia

(per la spiegazione si veda le direttive , parte generale)

### 2.1 Requisiti posti ai dirigenti di un'impresa di assicurazione

- |       |  |   |
|-------|--|---|
| 2.1.1 | Strutturazione dei problemi di gestione    | 2 |
| 2.1.2 | Funzione e utilità dei modelli di gestione | 2 |

### 2.2 Analisi ambientale

- |       |   |   |
|-------|---|---|
| 2.2.1 | Analisi ambientale: funzione, metodi, strumenti           | 2 |
| 2.2.2 | Impatto generale sull'ambiente nell'economia assicurativa | 2 |

2.2.3	L'impresa di assicurazione e i suoi gruppi di interesse	1
2.2.4	Influenza e importanza dello Stato nell'economia assicurativa	2
2.2.5	Il rapporto tra Stato sociale ed economia assicurativa	2
2.2.6	L'economia assicurativa come parte dell'economia e della società	2
2.2.7	Sviluppi, tendenze - Attualità dai media/dalla stampa	3

## 2.3 Processi e gestione dei progetti

2.3.1	Sviluppo e importanza della gestione dei processi	2
2.3.2	L'universo dei diversi processi in un'impresa di assicurazione	2
2.3.3	Tematiche attuali dei processi nell'economia assicurativa	3
2.3.4	La metodica della gestione strategica dei processi	2

## 2.4 Processi di gestione

2.4.1	Funzione e contenuti dei processi strategici di direzione	2
2.4.2	Domande sulla formulazione e sull'implementazione delle strategie	2
2.4.3	Strategie di posizionamento nell'economia assicurativa	3
2.4.4	Strategie di creazione di valore nell'economia assicurativa	3
2.4.5	Introduzione di una conduzione dell'impresa di assicurazione orientata al valore	4
2.4.6	Conto economico e bilancio di un'impresa di assicurazione	3
2.4.7	Solvibilità	2
2.4.8	Misurazione della redditività e conduzione dei settori operativi	2
2.4.9	Basi della gestione degli attivi (asset management)	2
2.4.10	Basi della gestione del portafoglio (portfolio management)	2
2.4.11	Misurazione della performance	2
2.4.12	L'asset allocation di imprese svizzere di assicurazione diretta	2
2.4.13	Basi della gestione dei rischi e del processo di gestione dei rischi	2
2.4.14	Componenti del processo di gestione dei rischi	2
2.4.15	Integrazione della gestione dei rischi nella conduzione aziendale	2
2.4.16	Riassicurazione	2

## 2.5 Processi operativi

2.5.1	Cambiamenti nell'ottica di mercato: panoramica e constatazioni empiriche	2
2.5.2	Trasformazione dei mercati dei servizi: focus su «Customer Value»	3
2.5.3	Leve strategiche nella gestione del mercato nell'impresa di assicurazione	2
2.5.4	Funzione e importanza della segmentazione e della tariffazione	2
2.5.5	Requisiti e definizione delle caratteristiche della segmentazione	3
2.5.6	Esempi pratici specifici della segmentazione dei rischi	1
2.5.7	Gestione dei sinistri come processo operativo strategico	1
2.5.8	Trattamento dei sinistri come parte integrante della «prestazione di mercato»	5
2.5.9	Insorgenza e fattori causali degli oneri per sinistri	2
2.5.10	Supporto ad altri processi della gestione dei sinistri	5
2.5.11	Configurazione organizzativa e gestione dei processi nel settore dei sinistri	1
2.5.12	Sviluppi, tendenze - Attualità dai media/dalla stampa	3
2.5.13	Associazioni e politica delle associazioni nel settore assicurativo svizzero	1

<b>2.6</b>	<b>Processi di supporto</b>	
2.6.1	Centralità della persona	3
2.6.2	Formazione e perfezionamento nell'economia assicurativa	1
2.6.3	Trend tecnologici in ambito assicurativo	2
2.6.4	Strategia IT: contenuto e sviluppo	2
2.6.5	Strategia IT sotto l'aspetto dell'IT-Business-Alignment	2
2.6.6	Sviluppi, tendenze - Attualità dai media/dalla stampa	3
<b>2.7</b>	<b>Organizzazione delle strutture</b>	
2.7.1	Modelli e organizzazioni delle strutture	2
2.7.2	Organizzazioni delle strutture nell'economia assicurativa	3
2.7.3	Forme organizzative del futuro	2
2.7.4	Sviluppi, tendenze - Attualità dai media/dalla stampa	3
<b>2.8</b>	<b>Prospettive future</b>	
2.8.1	Cluster delle tendenze e loro importanza per l'economia assicurativa internazionale	1
2.8.2	Cluster di tendenza 1: longevità attiva	6
2.8.3	Cluster di tendenza 2: mercati del futuro	6
2.8.4	Cluster di tendenza 3: il clima di domani - sostenibilità	6
2.8.5	Il mondo delle nanoparticelle	6
2.8.6	Sviluppi, tendenze - Attualità dai media/dalla stampa	3

### **3 Svolgimento dell'esame**

Esame scritto per via elettronica con domande aperte (inserimento di testo libero) e chiuse, ad es. domande a scelta multipla.

L'esame viene effettuato su un PC o un notebook messo a disposizione dall'AFA.

### **4 Durata dell'esame**

120 minuti

### **5 Mezzi ausiliari**

Sono ammesse le calcolatrici non programmabili (senza funzione di salvataggio del testo o capacità Internet) con funzioni di base nonché fogli per appunti.

È vietato l'uso di altri strumenti ausiliari. In sede di esame saranno messi a disposizione fogli per appunti. Al termine dell'esame tutti i fogli per appunti verranno ritirati. Ogni mezzo ausiliare può essere utilizz.

