

قابل توجه اعضای محترم هیأت علمی

موضوعات پژوهشی بیمه ایران

- جایگاه مدیریت تجربه مشتریان

اهداف مورد نظر از این بررسی:

- تقویت برند سازمان
- افزایش فروش فعلی، یافتن مشتریان و بازارهای جدید
- افزایش وفاداری مشتریان به برند بیمه ایران و راهکارهای آن
- افزایش تعهد درونی کارکنان سازمان
- کاهش هزینه های شرکت ناشی از ریزش مشتریان
- نقش تبلیغات در تجربه مشتریان
- ممیزی باشگاه مشتریان بیمه ایران و الگوی CRM مناسب

- بازاریابی دیجیتالی

اهداف مورد نظر از این بررسی:

- جایگاه بازاریابی دیجیتال در صنعت فعلی بیمه کشور
- بازاریابی موبایلی و شیوه های آن
- نقش بازاریابی اجتماعی و شبکه های اجتماعی در جلب بازارهای هدف نوین
- استراتژی بیمه ایران در بازاریابی دیجیتال
- بررسی اینسورترک های فعال در صنعت بیمه و رویکرد استفاده بهینه از آن در بیمه ایران

- بازاریابی بیمه های عمر با رویکرد اقتصاد شناختی مبنی بر اقناع عمومی

اهداف مورد نظر از این بررسی:

- شناسایی محرک های برانگیزاننده در خرید بیمه عمر
- نوروفاینانس
- روش های روان شناسی اقتصادی
- شناسایی رجحان ها به عنوان یکی از عصب اقتصاد

- ارزیابی عملکرد

با توجه به وجود پرداخت های متغیر (اضافه کار و کارانه) در سبد جبران خدمات پرسنل سازمان از یک سو و عدم وجود نظام مدیریت عملکرد در شرکت مطالعه ای با هدف امکان سنجی ایجاد این نظام بر مبنای پرداخت متغیر هدف گذاری می گردد. لازم به ذکر است سامانه BSC در شرکت بیمه ایران پایه گذاری و بستر نرم افزاری آن نیز مهیا است. امکان سنجی انطباق این دو فرآیند و رویکرد IBSC نیز مدنظر است.

- مدیریت ریسک

هدف بررسی کلیه ریسک های پیش روی شرکت می باشد. اعم از ریسک های اعتباری، بازار، انسانی، تکنولوژی و... که در محیط کلان اقتصادی و صنعت، حیات و کارکرد بهینه سازمان را تهدید می کند. طبقه بندی انواع ریسک های موجود و راهکارهای خروج یا مهار آن ها مدنظر می باشد.

- الزامات و مسئولیت های به کارگیری فرآیند مربی گری در بیمه ایران

- فرهنگ مربی گری در بیمه ایران
- بسترهای پیاده سازی مربی گری
- شناسایی تأثیرات مربیگری سازمانی
- استراتژی های مربی گری بیمه ایران

جهت هماهنگی با بیمه ایران: خانم مرزبان ۸۶۷۱۱۷۰۶

خانم شفیعی زاده ۸۶۷۱۱۷۱۹