

Rutkowski Adam, dr

- Rynek ubezpieczeniowy (instytucje rynku ubezpieczeniowego, zasady funkcjonowania rynku ubezpieczeniowego w Unii Europejskiej i w Polsce, rola systemu *zielonej karty* na rynku ubezpieczeniowym - rola Polskiego Biura Ubezpieczycieli komunikacyjnych, funkcjonowanie Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego w Polsce jako instrumentu ochrony konsumentów, rola Komisji Nadzoru Finansowego w kształtowaniu rynku ubezpieczeniowego w Polsce, funkcjonowanie Rzecznika Ubezpieczonych na polskim rynku ubezpieczeniowym, funkcjonowanie Ubezpieczeniowego Samorządu Gospodarczego - Polskiej Izby Ubezpieczeń, podmioty związane z transgranicznymi ubezpieczeniami komunikacyjnymi - Reprezentant do spraw roszczeń, Organ Odszkodowawczy, Ośrodek Informacji, funkcjonowanie innych podmiotów rynku ubezpieczeniowego, np. stowarzyszeń, izb, fundacji, rynki ubezpieczeniowe poszczególnych krajów świata)
- Usługi ubezpieczeniowe (ekonomiczne elementy umowy ubezpieczenia, zastosowanie Dyrektyw Unii Europejskiej dotyczące rynku ubezpieczeniowego np. w ubezpieczeniach komunikacyjnych, ubezpieczenia komunikacyjne obowiązkowe i dobrowolne, ubezpieczenia transportowe, ubezpieczenia mieszkań, ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej poszczególnych zawodów (np. lekarzy, doradców podatkowych, brokerów, adwokatów, itp.), ubezpieczenia osobowe - życiowe i wypadkowe, underwriting w działalności ubezpieczeniowej, bancassurance jako kanał sprzedaży ubezpieczeń, ubezpieczenia obowiązkowe i dobrowolne w rolnictwie, tworzenie usługi ubezpieczeniowej - ogólnych warunków ubezpieczenia (o.w.u.), systemy likwidacji szkód w ubezpieczeniach, pośrednictwo ubezpieczeniowe, rola agenta i brokera)
- Marketing ubezpieczeniowy (instrumenty marketingu ubezpieczeniowego, strategie marketingowe ubezpieczycieli, plan marketingowy instytucji ubezpieczeniowych, marketingowe badania rynku ubezpieczeniowego, analizy SWOT firm ubezpieczeniowych, segmentacje rynku stosowane w ubezpieczeniach, kanały dystrybucji ubezpieczeń, instrumenty promocji usług ubezpieczeniowych i ubezpieczycieli, zastosowanie telefonu i internetu w sprzedaży ubezpieczeń).