

Direttiva all'esame federale finale

Underwriting, Gestione dei prodotti



Autore Sede AFA
Versione 1.1
Data 12.05.2010

Sommario

1.	Obiettivi specifici	3
1.1.	Partecipazione allo sviluppo dei prodotti e cura dei prodotti	3
1.2.	Comprendere e attuare i processi dell'underwriting	3

2.	Materia d'esame	3
-----------	------------------------	----------

3.	Svolgimento dell'esame	6
-----------	-------------------------------	----------

4.	Durata dell'esame	6
-----------	--------------------------	----------

5.	Mezzi ausiliari	6
-----------	------------------------	----------

6.	Conoscenze preliminari	7
-----------	-------------------------------	----------

1 Obiettivi specifici

1.1 Partecipazione allo sviluppo dei prodotti e cura dei prodotti

Il candidato / La candidata

- conosce le dimensioni strutturali rilevanti (economiche, regolamentari, tecnologiche, sociali ed ecologiche) e il relativo significato, necessarie per la concezione adeguata di prodotti assicurativi o orientati al cliente
- conosce i principali gruppi d'interessi (attuariato, diritto, marketing/sales, finanze/management del capitale, IT, sinistri ecc.) indispensabili nello sviluppo e nell'introduzione di prodotti assicurativi e sa descriverne il relativo ambito di attività.
- è in grado di sostenere con le sue conoscenze settoriali e procedurali i singoli processi di sviluppo dei prodotti per i nuovi affari e per il portafoglio
- è in grado di sostenere con le sue conoscenze settoriali e procedurali la strutturazione e l'implementazione di prodotti assicurativi nuovi ed esistenti (ad es. analisi di mercato, osservazione della concorrenza, pricing, specificazione dei prodotti, condizioni d'assicurazione, documentazioni contrattuali ecc.)
- sa illustrare e integrare nel proprio lavoro i principi di un concetto di prestazione di mercato tanto orientato verso il cliente quanto imprenditoriale

1.2 Comprendere e attuare i processi dell'underwriting

Il candidato / La candidata

- è in grado di creare un'offerta per le coperture richieste dai clienti privati o aziendali, sulla base di un'analisi degli obiettivi e della situazione e di una valutazione individuale dei rischi
- conosce le direttive di underwriting (prescrizioni operative e attuariali, processi di underwriting, riassicurazione ecc.) e ne tiene conto nello svolgimento della sua attività

2 Materia d'esame

Tassonomia

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

2.1. Partecipazione allo sviluppo dei prodotti e cura dei prodotti

2.1.1 Contesto e relativa influenza sulla strutturazione di prodotti

Condizioni quadro economiche (sviluppo, deregolamentazione, globalizzazione, società dei servizi ecc.)	1
Condizioni quadro regolamentari (sorveglianza degli assicuratori, sorveglianza dei mercati finanziari, diritto delle assicurazioni sociali e diritto privato, diritto fiscale ecc.)	1
Sviluppi tecnici, nuove tecnologie	1
Contesto sociale (condizioni quadro demografiche, sviluppi/trend relativi	1

a professione, salute, tempo libero, consumo ecc.)	
Ecologia (innovazioni, cambiamenti, trend)	1
Definizione del ciclo vitale dei prodotti, possibili fattori d'influenza, possibili conseguenze	2
Analisi del mercato e della concorrenza: tool, metodi	1
tendenze di mercato e relative influenze sullo sviluppo dei prodotti	2

2.1.2 Processi di sviluppo dei prodotti e gruppi d'interesse

Attuariato (basi di tariffazione, pricing, esempi di calcolo, riassicurazione)	2
Reparto giuridico (contesto normativo, condizioni contrattuali, strutturazione di offerte e polizze ecc.)	2
Marketing/Sales (parametri dei prodotti, segmenti di clientela, documentazione di vendita)	2
Management finanze/capitale	2
IT (implementazione nel sistema d'offerta /di amministrazione)	2
Gestione dei sinistri e delle prestazioni (amministrabilità, business rules, impedimento di influenze negative)	2
Gruppi d'interesse: importanza e sequenza temporale nella loro integrazione e all'interno del processo di sviluppo dei prodotti	2
Risoluzione di compiti relativi al processo di sviluppo dei prodotti, apportando il know-how settoriale acquisito con i moduli a scelta	3

2.1.3 Strutturazione e implementazione di prodotti esistenti e nuovi

Definizione di product management	1
Analisi del mercato, dei clienti e del portafoglio, osservazione della concorrenza, pricing, specificazione dei prodotti, condizioni d'assicurazione, documentazione contrattuale ecc.	1
Fattori d'influenza normativi rilevanti per i prodotti e possibili provvedimenti	2
Concetto di prestazione di mercato orientato verso clienti e azienda e relativi elementi	2
Sostegno tecnico-specialistico nell'introduzione di nuovi prodotti, nella cura di prodotti o nel risanamento (parziale) di portafogli assicurativi, apportando il know-how settoriale acquisito con i moduli a scelta	3

2.2. Comprendere e attuare i processi dell'underwriting

2.2.1 Allestimento di offerte per clienti privati o aziendali

In generale e per i rami assicurativi acquisiti con i 3 moduli a scelta svolti dalla candidata/dal candidato	
Analisi del rischio e del portafoglio	6

Determinazione del fabbisogno assicurativo 6 - Sviluppo e motivazione di strategie e concetti di soluzione (scelta dei prodotti, coperture, esclusioni, direttive underwriting ecc.)	6
Elaborazione di offerte e presentazione	3
Basi tecniche dell'assicurazione: interconnessione di conoscenze e attuazione nella prassi	6
Carattere giuridicamente vincolante di offerte, conferme di copertura, proposte, documenti di polizza ecc., nella prassi	6

2.2.2 Processi dell'underwriting

In generale e per i rami assicurativi acquisiti con i 3 moduli a scelta svolti dalla candidata/dal candidato

Rischi attuariali e strumenti per la relativa organizzazione	2
Processo di underwriting	2
Direttive di sottoscrizione nella prassi	3
Riassicurazione: obbligatoria, facoltativa, proporzionale, non proporzionale, tipi di contratto	2

3 Svolgimento dell'esame

Esame scritto

Risolvere compiti pratici e studi di casi, rispondere alle domande.

Esame orale

Risolvere compiti pratici e studi di casi, rispondere alle domande. Gestione di processi professionali specifici in contatto con clienti interni ed esterni.

Prima dell'esame, il candidato riceve un caso, in base al quale si prepara all'esame. All'inizio dell'esame orale presenta i suoi approcci di soluzione (al max. 10 minuti, una volta scaduti, la presentazione viene interrotta dall'esperto). Dopodiché, due esperti conducono un colloquio d'esame con il candidato (ca. 20 minuti). Un esperto stila il verbale.

Nel colloquio d'esame, i due esperti pongono domande sulla presentazione e chiedono ulteriori approfondimenti e chiarimenti sul caso esposto e su altri temi relativi alla materia d'esame.

4 Durata dell'esame

Esame scritto: 240 minuti

Esame orale: 30 minuti (dopo 60 minuti di preparazione)

5 Mezzi ausiliari

Esame scritto

- Esame „Open book“: è ammessa ogni sorta di mezzo ausiliare sotto forma cartacea (libri, testi di legge, documentazione di formazione, appunti personali ecc.).
- Non sono ammessi mezzi ausiliari elettronici di ogni genere, eccetto le calcolatrici non programmabili (senza funzione di salvataggio del testo o capacità Internet) con funzioni di base.
- Ogni mezzo ausiliare può essere utilizzato esclusivamente da un candidato.

Esame orale

- Esame „Open book“: è ammessa ogni sorta di mezzo ausiliare sotto forma cartacea (libri, testi di legge, documentazione di formazione, appunti personali ecc.) nella sala di preparazione. Nella sala d'esame è permesso utilizzare oltre all'esame stesso solamente i fogli di presentazione.
- Non sono ammessi mezzi ausiliari elettronici di ogni genere, eccetto le calcolatrici non programmabili (senza funzione di salvataggio del testo o capacità Internet) con funzioni di base.
- Eventuali strumenti di presentazione vengono messi a disposizione.

6 Conoscenze preliminari

Conoscenze assicurative di base richieste per l'ammissione all'esame federale finale e le conoscenze dei moduli conclusi, necessari per l'ammissione all'esame federale finale.

