

Fachwirtin/Fachwirt
für Versicherungen und Finanzen

Modulkatalog (Kurzfassung)

Modul- und Studienplan

Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Credits
FVF-01	Steuerung und Führung im Unternehmen	11
FVF-02	Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden	11
FVF-03	Personalführung, Qualifizierung und Kommunikation	11
FVF-04a	Sachversicherungen für private und gewerbliche Kunden	11
FVF-04b	Vermögensversicherungen für private und gewerbliche Kunden	11
FVF-04c	Lebensversicherungen und betriebliche Altersvorsorge	11
FVF-05a	Vertriebsmanagement	6

Modul-Nr. FVF-01	Modulbezeichnung Steuerung und Führung im Unternehmen
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • können ertrags- und prozessorientiert handeln und entscheiden, • berücksichtigen die auf die Finanzdienstleistungsbranche und ihre Unternehmen einwirkenden wirtschaftlichen, rechtlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie das Zusammenwirken der betrieblichen Funktionen, • können die Auswirkungen rechtlicher Vorschriften auf Finanzdienstleistungsunternehmen erläutern, • können die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf die betriebliche Rechnungslegung darstellen, • können die Auswirkungen von Veränderungen in der Aufbau- und Ablauforganisation darstellen, • können Funktionsbereiche der Personalwirtschaft erläutern und Instrumente der Personalwirtschaft anwenden, • können Projekte organisieren, planen, steuern und kontrollieren. 	
<p>Inhalte</p> <p>1.1 Grundzüge der Unternehmenssteuerung und Auswirkungen strategischer Entscheidungen</p> <p>1.1.1 Gründung, Expansion</p> <p>1.1.2 Entscheidungssituationen</p> <p>1.1.3 Entscheidungskriterien</p> <p>1.1.4 Entscheidungsmodelle</p> <p>1.1.5 Funktionsbereiche im Versicherungsunternehmen</p> <p>1.1.6 Risiko und Solvabilitätsbedarf</p> <p>1.1.7 Versicherungstechnische Grundlagen der Angebotspolitik</p> <p>1.1.8 Risiko und Rückversicherung</p> <p>1.1.9 Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen</p> <p>1.1.10 Rahmenbedingungen und Beurteilungskriterien der Vermögensanlage</p> <p>1.1.11 Kosten- und Leistungsrechnung</p> <p>1.2 Auswirkungen rechtlicher Vorschriften auf Finanzdienstleistungsunternehmen erläutern</p> <p>1.2.1 Aufsichtsrechtlicher Rahmen für den Aufbau und die Entwicklung von Versicherungskonzernen und Finanzkonglomeraten</p> <p>1.2.2 Kapitalausstattung — Solvabilität</p> <p>1.2.3 Aufsichtssystem in der EU</p> <p>1.3 Auswirkungen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und Entwicklungen auf Finanzdienstleistungsunternehmen</p> <p>1.3.1 Finanzdienstleistungen in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung</p> <p>1.3.2 Kennzeichen von Versicherungsmärkten</p> <p>1.3.3 Allgemeine mikroökonomische Grundlagen der Preistheorie/-politik</p> <p>1.3.4 Gesetzte/ausgehandelte Preise (Prämien) in der Assekuranz</p> <p>1.3.5 Wirkungen und Grenzen der Wirtschaftspolitik/ Fiskalpolitik</p> <p>1.3.6 Geldpolitik</p> <p>1.3.7 Außenwirtschaftspolitik/europäische Wirtschaftspolitik</p> <p>1.4 Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf die betriebliche Rechnungslegung</p> <p>1.4.1 Aufgaben der externen Rechnungslegung von Versicherungsunternehmen</p> <p>1.4.2 Ausweis wichtiger Geschäftsvorgänge</p> <p>1.4.3 Kennzahlenanalyse</p> <p>1.5 Auswirkungen von Veränderungen in der Aufbau- und Ablauforganisation</p> <p>1.5.1 Methodik von Organisationsentscheidungen</p> <p>1.5.2 Aufbauorganisation</p> <p>1.5.2 Ablauforganisation und Verknüpfung mit der Aufbauorganisation</p> <p>1.6 Funktionsbereiche und Instrumente der Personalwirtschaft</p> <p>1.6.1 Personalplanung</p> <p>1.6.2 Personalbeschaffung, -einsatz und -freisetzung</p> <p>1.6.3 Personalentwicklung</p> <p>1.6.4 Personalentlohnung</p> <p>1.6.5 Instrumente der Personalwirtschaft</p> <p>1.7 Projekte organisieren, planen, steuern und kontrollieren</p> <p>1.7.1 Grundbegriffe des Projektmanagements</p> <p>1.7.2 Formen der Projektorganisation</p> <p>1.7.3 Aufgaben der Projektleitung</p> <p>1.7.4 Informationsbedarf und Informationsmanagement im konkreten Projektmanagement</p> <p>1.7.5 Projektplanung</p> <p>1.7.6 Durchführung des Projekts</p> <p>1.7.7 Projektcontrolling</p>	

Modul-Nr. FVF-02	Modulbezeichnung Marketing und Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten für Privatkunden
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">• können Instrumente des Marketings systematisch und entscheidungsorientiert unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen anwenden,• können die Marketingkonzepte aus Unternehmenszielen und Marketingstrategien ableiten,• kennen die Bedeutung des Marketings für die Unternehmensprozesse und den Unternehmenserfolg,• können Marketinginstrumente zur Kundengewinnung und –bindung einsetzen,• können Verkaufskonzepte für Privatkunden zielgruppenorientiert entwickeln und umsetzen sowie die Produktauswahl begründen.	
<p>Inhalte</p> <p>2.1 Marketingkonzepte und Marketingstrategien</p> <p>2.1.1 Marketing-Zielsetzungen</p> <p>2.1.2 Lösung von Zielkonflikten</p> <p>2.1.3 Abgrenzung von Finanzdienstleistungsmärkten für Privatkunden</p> <p>2.1.4 Marketingstrategien für Finanzdienstleistungsmärkte</p> <p>2.2 Bedeutung des Marketings für die Unternehmensprozesse und den Unternehmenserfolg</p> <p>2.2.1 Marktforschung</p> <p>2.2.2 Rahmenbedingungen</p> <p>2.3 Marketinginstrumente unter dem Gesichtspunkt von Kundengewinnung und Kundenbindung</p> <p>2.3.1 Produkt- und Sortimentspolitik</p> <p>2.3.2 Preispolitik/Prämienpolitik</p> <p>2.3.4 Kommunikationspolitik</p> <p>2.3.3 Servicepolitik und Kundenzufriedenheit</p> <p>2.3.5 Vertriebs-, Distributionspolitik</p> <p>2.3.6 Interdependenzen zwischen Marketinginstrumenten</p> <p>2.4 Verkaufskonzepte für Privatkunden zielgruppenorientiert entwickeln und umsetzen sowie Produktauswahl begründen</p> <p>2.4.1 Kriterien für Zielgruppenanalyse</p> <p>2.4.2 Kundenbedarfsanalyse und Produktauswahl</p> <p>2.4.3 Deckungskonzepte</p> <p>2.4.4 Gesamtverkaufskonzepte</p> <p>2.4.5 Marketing-Controlling</p>	

Modul-Nr. FVF-03	Modulbezeichnung Personalführung, Qualifizierung und Kommunikation
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none">• können zielgerichtet Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus- und weiterbilden,• einschlägige Instrumente der Personalentwicklung anwenden und• Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen.	
Inhalte 3.1 Mitarbeiterbesprechungen, Personalauswahl-, Beurteilungs-, Förder-, Zielvereinbarungs- und Kritikgespräche 3.1.1 Gesprächsplanung 3.1.2 Gesprächsdurchführung 3.1.3 Gesprächsnachbereitung 3.2 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter individuell fördern und entwickeln 3.2.1 Standortbestimmung und Potenzialanalyse 3.2.2. Karriere und Nachfolgeplanung 3.2.3 Instrumente der Personalentwicklung 3.2.4 Motivation 3.2.5 Bildungscontrolling 3.3 Planen und Organisieren der beruflichen Erstausbildung am Arbeitsplatz 3.3.1 Rechtliche Grundlagen der betrieblichen Ausbildung 3.3.2 Auswahl und Einstellung von Auszubildenden 3.3.3 Planung der betrieblichen Ausbildung 3.3.4 Beendigung der betrieblichen Ausbildung 3.4 Lernprozesse unter methodischen und didaktischen Aspekten anleiten 3.4.1 Didaktische Analyse 3.4.2 Lern- und Lehrmethoden 3.4.3 Umgang mit Lernschwierigkeiten 3.4.4 Lernerfolgskontrolle 3.5 Führungsstile und -techniken anwenden 3.5.1 Elemente der Personalführung 3.5.2 Führungsstile 3.5.3 Führungstechniken 3.5.4 Führung im Team 3.6 Gruppen anleiten, Moderationstechniken anwenden 3.6.1 Vorbereitung und Strukturierung einer Moderation 3.6.2 Elemente und Arbeitstechniken 3.6.3 Moderationsablauf 3.6.4 Aufgabe, Rolle und Selbstverständnis des Moderators 3.6.5 Störungen während einer Moderation 3.7 Sachverhalte adressatenorientiert kommunizieren und präsentieren 3.7.1 Kommunikation 3.7.2 Aufbau einer Präsentation 3.7.3 Rolle des Präsentierenden	

Modul-Nr. FVF-04a	Modulbezeichnung Sachversicherungen für private und gewerbliche Kunden
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">• können die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen,• können Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen darstellen und beispielhaft anwenden,• können Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen,• können die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben,• sind in der Lage, beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken und• können die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen.	
<p>Inhalte</p> <p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung</p> <p>4.1.1 Marktgegebenheiten</p> <p>4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte</p> <p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen</p> <p>4.2.1 Die private und gewerbliche Sachversicherung</p> <p>4.2.2 Kalkulatorische Grundlagen</p> <p>4.2.3 Produktvarianten für unterschiedliche Zielgruppen</p> <p>4.2.4 Verbandsbedingungen</p> <p>4.3 Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen</p> <p>4.3.1 Annahmerichtlinien</p> <p>4.3.2 Umsatz- gegenüber Ertragsorientierung</p> <p>4.3.3 Auswirkungen auf Kapitalanlagen</p> <p>4.3.4 Auswirkungen auf Vertriebssteuerung</p> <p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse</p> <p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb</p> <p>4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb</p> <p>4.4.3 Beendigungsmöglichkeiten durch den Versicherungsnehmer und den Versicherer</p> <p>4.4.4 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p> <p>4.5 Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, Mechanismen der Steuerung und des Controllings</p> <p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung</p> <p>4.5.2 Controlling-Routinen und Qualitätsmanagement</p> <p>4.5.3 Controlling-Daten</p> <p>4.5.4 Anpassungsmaßnahmen</p> <p>4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>	

Modul-Nr. FVF-04b	Modulbezeichnung Lebensversicherungen und betriebliche Altersvorsorge
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">• können die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung berücksichtigen,• können Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen darstellen und beispielhaft anwenden,• können Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen erläutern und begründen,• können die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse beschreiben,• sind in der Lage, beim Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken und• können die Mechanismen der Steuerung und des Controllings bei der Einführung neuer Produkte darstellen.	
<p>Inhalte</p> <p>4.1 Die Ergebnisse von Marketingmaßnahmen im Prozess der Produktentwicklung</p> <p>4.1.1 Marktgegebenheiten</p> <p>4.1.2 Bestehende Deckungskonzepte</p> <p>4.1.3 Bedeutung des Betriebsrentengesetzes</p> <p>4.1.4 Steuerliche Auswirkungen beim Arbeitgeber und beim Arbeitnehmer</p> <p>4.1.5 Wettbewerbssituation</p> <p>4.1.6 Bedarfsgerechte Gestaltung der betrieblichen Altersversorgung unter Wahrung der Belange des Arbeitgebers und des Arbeitnehmers</p> <p>4.2 Kriterien der Produktgestaltung unter Berücksichtigung von rechtlichen und kalkulatorischen Rahmenbedingungen</p> <p>4.2.1 Finanzierung von Vorsorgemaßnahmen</p> <p>4.2.2 Die gesetzliche Rentenversicherung</p> <p>4.2.3 Insolvenzsicherung durch den Pensions-Sicherungs-Verein (PSVaG)</p> <p>4.2.4 Private Lebensversicherung auf Renten- und Kapitalbasis</p> <p>4.2.5 Kalkulatorische Risiken</p> <p>4.2.6 Produkte</p> <p>4.2.7 Verbandsbedingungen</p> <p>4.3 Regeln zur Annahmepolitik im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen sowie vertrieblichen Auswirkungen</p> <p>4.3.1 Annahmerichtlinien</p> <p>4.3.2 Umsatz- gegenüber Ertragsorientierung</p> <p>4.3.3 Auswirkungen auf Kapitalanlagepolitik des Unternehmens</p> <p>4.3.4 Auswirkungen auf Vertriebssteuerung</p> <p>4.4 Die Auswirkungen der Entwicklung neuer Produkte auf die betrieblichen Kernprozesse</p> <p>4.4.1 Auswirkungen auf den Vertrieb</p> <p>4.4.2 Auswirkungen auf den Betrieb</p> <p>4.4.3 Beendigungsmöglichkeiten durch den Versicherungsnehmer und den Versicherer</p> <p>4.4.4 Auswirkungen auf die Leistungsbearbeitung</p> <p>4.5 Prozess der Markteinführung von neuen Produkten mitwirken, Mechanismen der Steuerung und des Controllings</p> <p>4.5.1 Konzepte zur Markteinführung</p> <p>4.5.2 Controlling-Routinen und Qualitätsmanagement</p> <p>4.5.3 Controlling-Daten</p> <p>4.5.4 Anpassungsmaßnahmen</p> <p>4.5.5 Marketingmaßnahmen</p>	

Modul-Nr. FVF-05	Modulbezeichnung Vertriebsmanagement
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none">• können Vertriebsplanung, -steuerung und -controlling durchführen,• Ziele vereinbaren und Anreizsysteme einsetzen,• Vertriebseinheiten kaufmännisch steuern sowie• Marketingmaßnahmen in Vertriebseinheiten planen, durchführen und auswerten.	
<p>Inhalte</p> <p>5.1 Vertriebsplanung, -steuerung und -controlling durchführen</p> <p>5.1.1 Einordnung des Vertriebsmanagements in die versicherungsbetrieblichen Prozessabläufe und die Unternehmenspolitik des Konzerns</p> <p>5.1.2 Prozess der Vertriebsplanung</p> <p>5.1.3 Komponenten der Vertriebssteuerung</p> <p>5.1.4 Aufgaben des Vertriebscontrollings</p> <p>5.2 Ziele vereinbaren und Anreizsysteme einsetzen</p> <p>5.2.1 Zielvereinbarungen</p> <p>5.2.2 Anreizsysteme</p> <p>5.3 Eine Vertriebseinheit kaufmännisch steuern</p> <p>5.3.1 Rechtliche Grundlagen für Versicherungsagenturen</p> <p>5.3.2 Vertriebsunterstützungsmaßnahmen</p> <p>5.3.3 Ressourcenplanung</p> <p>5.3.4 Spezielles Vertriebskostencontrolling für Geschäftsstellen</p> <p>5.4 Marketingmaßnahmen in der Vertriebseinheit planen, durchführen und auswerten</p> <p>5.4.1 Bestimmung von Zielvorgaben für die Vertriebseinheit</p> <p>5.4.2 Planung von Marketingmaßnahmen</p> <p>5.4.3 Korrekturen aufgrund von Abweichungsanalysen</p>	