

Studieninhalt

M. Sc. Business Management in Versicherungsmanagement

Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	Überblick zu ökonomischen Forschungsrichtungen, Methoden, Konzepte und Ideen zur Durchführung eigenständiger Forschung auf universitärem Niveau
Economics, Politics and Society	Mikroökonomie und Makroökonomie verstehen / Modelle und Instrumente anwenden können / Geld- und Währungspolitische Entscheidungen analysieren und verstehen
Projektmanagement	Projektmanagementstyles & consultancy-innovative Methoden und Key-Success-Factors zum Management von Projekten
Strategische Unternehmensführung	Strategisches Management / Entrepreneurship: Entwicklung individueller Business Cases von der Vision über die Strategie bis zur Gründung. Methoden: Scrum, Businessmodel Canvas, Minimum viable product
Führung und Kommunikation	Modern Leadership and CRM: Konzepte aus der Leadership Theory verstehen Erfolgsfaktoren der internen und externen Kommunikation ankommt
Mathematik advanced	Statistics & Data Analytics Basics: Basics in empirischer Datenanalyse & Schnittstelle zur KI verstehen und anwenden / Skalenniveaus, Regressionsverfahren, Clusteranalysen
Statistik advanced	Statistics & Data Analytics advanced: Moderne fortschrittliche Verfahren der AI-basierten Datenanalyse von der Planung bis zur Interpretation verstehen und anwenden. Grundlagen für die Umsetzung in R und Python / selbstständig coden
Ökonometrie	Scientific Modelling & Econometrics: Einblicke in die wissenschaftliche Modellierung komplexer Zusammenhänge und normative Erkenntnisgewinnung
Innovation Project	zeb.bs student consultancy: Ihr gründet im Team eine (studentische) Unternehmensberatung und löst reale, komplexe Problemstellungen der Praxis
Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Finance, Banking & Controlling	Trends in Finance – der Ausblick auf die Vertiefung: Trends in Finance, Banking & Controlling und die daraus folgenden Implikationen für das Management von Finanzdienstleistern, Wealth Managern, ORG/IT Strukturen und die digitale Transformation in der Finanzbranche
Behavioral Finance	Denkfehler im Entscheidungsverhalten: Ausgewählte Fragestellungen, z.B. Bird in the Hand Paradox; Verlustaversion; Prospect Theory; Gambler's fallacy; Self Service bias; Theorie der mentalen Konten, Repräsentativheuristik; Endowment Effect; Dispositionseffekt; Anchoring u.a.
Finanzderivate	Preisbestimmung sowie Arbitrage, Hedging und Spekulation mit Optionen, Futures, FRA, Swaps, Kreditderivaten und sonstigen Derivaten, resp. strukturierter Produkte

Core

Studieninhalt

Master Business Management für Versicherungsmanagement

<p>Produktkalkulation</p>	<p>Kalkulation und Preispolitik / Rechnungsgrundlagen (Zinsfuß, Risikokosten, Betriebskosten) / Prämien-Kosten-Modelle (mit und ohne Zins, mit und ohne Rückversicherung) / Äquivalenzprinzip / Prämien differenzierung / Prämieinhebung / Das versicherungstechnische Risiko: Erklärungsmodelle, Zufallsrisiko, Änderungsrisiko, Irrtumsrisiko / Deckungsbeitragsrechnungen</p>
<p>Markt und Strategie</p>	<p>Versicherungsmarkt in Deutschland: Zukunftsperspektiven / Strategiebegriff / Modelle zur Strategieentwicklung (BCG Portfolio, 7 Forces Model, SWOT etc.) / Realisierte Strategien am Beispiel ausgewählter Versicherungen</p>
<p>Vertriebssteuerung</p>	<p>Steuerungsansätze (Umsatz, Ertrag, Wert) für den Vertrieb / Provisionsysteme / Aktivitätensteuerung</p>
<p>Risikomanagement und Solvabilität</p>	<p>Solvency II (Struktur und Inhalte der 3 Säulen) / Steuerung versicherungstypischer Risikokategorien: Versicherungstechnische Risiken / Kreditrisiko / Zinsrisiko / Aktienrisiko / Operationelles Risiko / Asset Allocation in Versicherungen / Alternative Verfahren der Kapitalallokation für Versicherungen</p>
<p>Wertorientierte Unternehmenssteuerung und ALM</p>	<p>Wertmanagement in Versicherungen / Wertorientierte Strategien und Generierung von Wettbewerbsvorteilen für Lebens-, Kranken- und Kompositversicherungen / Der ALM-Prozess in Versicherungen / Asset-Klassen und Investitionsstrategien für Versicherungen / Performanceoptimierung im ALM-Prozess von Versicherungen / Integration von Marktwert- und Handelsbilanz</p>
<p>Corporate University</p>	<p>Unternehmen können ein eigenes Modul entwickeln und dessen Inhalte vorgeben. Das Modul kann einem geschlossenen Teilnehmerkreis oder offen für alle Studierenden angeboten werden.</p> <p>Außerdem entwickeln wir jedes Jahr ausgehend von aktuellen Megatrends der Branche ein brandaktuelles neues Modul – bleib am Puls der Zeit und besuche die Corporate University als Teil deines Masterstudiums oder als Zertifikatsteilnehmer</p>

Focus