

Universitätsexperte

Planung und Wirtschaftlich- Finanzielles Projektmanagement



Universitätsexperte

Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/bildung/spezialisierung/spezialisierung-planung-wirtschaftlich-finanzielles-projektmanagement

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 14

05

Methodik

Seite 28

06

Qualifizierung

Seite 36

01

Präsentation

Die wirtschaftliche Verwaltung besteht darin, die für die Durchführung eines Projekts erforderlichen wirtschaftlichen und personellen Ressourcen zu bestimmen und die damit verbundenen Kosten zu berechnen. Dazu gehört auch die Überwachung und Kontrolle der Einnahmen und Ausgaben, der Kosten, die bei der Durchführung des Projekts entstehen, damit mögliche Abweichungen erkannt und die notwendigen Entscheidungen zur Anpassung getroffen werden können.



“

Dieser Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement wird Ihnen ein Gefühl der Sicherheit bei der Ausübung Ihres Berufs vermitteln, das Ihnen hilft, persönlich und beruflich zu wachsen"

Planung und Kontrolle sind voneinander abhängige Konzepte, die ohne einander bedeutungslos sind. In einer Organisation muss ein Informationssystem entwickelt werden, das von dem, was durch die Planung vorgesehen ist, zur Realität übergeht und von der Realität auf der Grundlage von Abweichungen zur Planung zurückkehrt, um diese in einem Prozess des Lernens und der kontinuierlichen Verbesserung zu überarbeiten und so den Geschäftszyklus zu schließen. Planung und Kontrolle des Managements sind miteinander verwobene Konzepte: Es ist schwierig, Ziele zu erreichen, wenn ihre Verwaltung nicht im Voraus geplant wird; es ist schwierig, geplante Ziele zu erreichen, wenn ihre Verwirklichung nicht kontrolliert wird.

Im Planungsprozess werden die kurz- und langfristig zu erreichenden Ziele und Vorgaben festgelegt. In den meisten Fällen werden diese Erwartungen durch Strategien, Aktionspläne und Ressourcenzuweisungen untermauert; die Fortschritte und die Erreichung dieser Ziele müssen jedoch quantifiziert werden. Der Haushalt ermöglicht es uns, anhand von Zahlen in einer sicheren Sprache darzustellen, welche Ergebnisse wir tatsächlich erzielen werden, wenn wir das tun, was wir geplant haben. Mit anderen Worten: Bestimmte qualitative oder subjektive Aspekte der zu erreichenden Ziele werden in vollständig messbare und eindeutige Aspekte umgewandelt, so dass man erstens eine numerische, wirtschaftliche Vision von ihnen erhält und zweitens den von jedem Mitglied der Organisation geforderten Beitrag bestimmen kann. (Ministerium für Öffentliche Arbeiten).

Dieser Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement führt Studenten in die verschiedenen technologischen Projekte ein, die wir im Bereich der virtuellen Realität, der erweiterten und gemischten Realität, der künstlichen Intelligenz und der Robotik angehen können. Methodische Projekte wie Gamification, *Flipped Classroom*, *Design Thinking*, projektbasiertes Lernen, pädagogisches Coaching. Projekte zu Werten wie emotionale Erziehung, Mobbing in der Schule, gegen geschlechtsspezifische Gewalt, aber auch Projekte, die auf Beweisen und ihren Phasen basieren, künstlerische, gesundheitliche, sportliche, sprachliche, herausragende und andere Projekte.

Dieses Programm schult die Studenten in Situationsanalyse und Bildungsproblemen, diagnostischer Erkundung, Bildungsindikatoren, verschiedenen pädagogischen, infrastrukturellen, sozioökonomischen, administrativen und institutionellen Problemen.

Dieser **Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von praktischen Fällen, die von Experten für die Planung und das wirtschaftlich-finanzielle Management von Bildungsprojekten vorgestellt werden Sein anschaulicher, schematischer und äußerst praktischer Inhalt liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neues zu Sehbehinderung und Schulleistung
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann um das Lernen zu verbessern
- ♦ Mit besonderem Schwerpunkt auf innovativen Methoden bei der Planung und dem wirtschaftlich-finanziellen Management von Bildungsprojekten
- ♦ Ergänzt wird dies durch theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Aktualisieren Sie Ihr Wissen durch den Universitätsexperten in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement"

“

Dieser Universitätsexperte ist vielleicht die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können, und zwar aus zwei Gründen: Sie aktualisieren nicht nur Ihre Kenntnisse in der Planung und im wirtschaftlich-finanziellen Management von Projekten, sondern Sie erhalten auch eine Qualifikation als Universitätsexperte der TECH Technologischen Universität"

Zum Dozententeam gehören Fachleute aus dem Bereich der Planung und des wirtschaftlich-finanziellen Managements von Bildungsprojekten, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Dank seiner multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, wird es den Fachleuten ermöglicht, in einer situierten und kontextbezogenen Weise zu lernen, d. h. in einer simulierten Umgebung, die ein immersives Lernen ermöglicht, das auf die Ausführung in realen Situationen programmiert ist.

Die Gestaltung dieses Programms basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem der Pädagoge versuchen muss, die verschiedenen Situationen der Berufspraxis zu lösen, die während des Kurses auftreten. Dazu steht dem Pädagogen ein innovatives interaktives Videosystem zur Verfügung, das von anerkannten Experten auf dem Gebiet der Planung und des wirtschaftlich-finanziellen Managements von Bildungsprojekten und mit großer pädagogischer Erfahrung entwickelt wurde.

Steigern Sie Ihre Entscheidungssicherheit, indem Sie Ihr Wissen mit diesem Universitätsexperten auf den neuesten Stand bringen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte in der Planung und dem wirtschaftlich-finanziellen Management von Projekten zu informieren und die Bildung Ihrer Studenten zu verbessern.



02 Ziele

Der Universitätsexperte für Planung und wirtschaftlich-finanzielles Projektmanagement zielt darauf ab, die Leistung von Fachleuten, die im Bildungsbereich arbeiten, zu verbessern.



“

Dieser Universitätsexperte ist so konzipiert, dass Sie Ihre Kenntnisse in Planung und wirtschaftlich-finanziellem Projektmanagement auf den neuesten Stand bringen können, indem Sie die neueste Bildungstechnologie nutzen, um mit Qualität und Sicherheit zur Entscheidungsfindung und Begleitung Ihrer Schüler beizutragen"



Allgemeine Ziele

- Die wichtigsten Elemente des Bildungsprojekts kennen
- Personen im Bildungsbereich schulen, um die von ihnen genutzten Bildungsprojekte zu verbessern oder ein innovatives Projekt zu entwickeln, das sie selbst geschaffen haben oder das auf Fakten beruht
- Die einzelnen Phasen der Programmierung und Umsetzung eines Bildungsprojekts studieren
- Analyse der wesentlichen Faktoren, die bei der Programmierung und Durchführung eines Bildungsprojekts berücksichtigt werden müssen
- Eine globale Sicht auf den gesamten Prozess zu erhalten und nicht nur eine voreingenommene Position
- Die Rolle der einzelnen Bildungsakteure in jeder Phase der Programmierung und Umsetzung des Bildungsprojekts verstehen
- Vertiefung der wesentlichen Faktoren für den Erfolg des Bildungsprojekts
- Experte für die Leitung oder Teilnahme an einem hochwertigen Bildungsprojekt werden



Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie den ersten Schritt, um sich über die neuesten Entwicklungen in der Projektplanung und im wirtschaftlich-finanziellen Management zu informieren"





Spezifische Ziele

Modul 1. Arten von Bildungsprojekten

- ♦ Die häufigsten Arten von Bildungsprojekten in Schulen kennenlernen
- ♦ Die innovativsten Bildungsprojekte des Augenblicks entdecken
- ♦ Die Vielfalt der Möglichkeiten zur Programmierung und Umsetzung von Bildungsprojekten verstehen
- ♦ Analyse der gängigsten und innovativsten Bildungsprojekte im Bereich der Technologie
- ♦ Untersuchung der Bildungsprojekte, die auf den innovativsten Methoden basieren
- ♦ Die Bildungsprojekte verstehen, die sich auf Werte konzentrieren, die verschiedene Faktoren des Lehr- und Lernprozesses verbessern
- ♦ Das Konzept der evidenzbasierten Projekte bestimmen

Modul 2. Vorteile der Umsetzung eines Bildungsprojekts

- ♦ Die Entwicklung eines evidenzbasierten Projekts in allen Phasen lernen
- ♦ Kennenlernen der wichtigsten und innovativsten künstlerischen Bildungsprojekte
- ♦ Die wichtigsten Projekte zur Gesundheitserziehung in einem Bildungszentrum entdecken
- ♦ Analyse von Sportunterrichtsprojekten, die für Schulen von Interesse sein könnten
- ♦ Die Arten von Bildungsprojekten zum Sprachenlernen verstehen

Modul 3. Planung und wirtschaftlich-finanzielles Management von Bildungsprojekten

- ♦ Die wichtigsten Begriffe des Bildungsmarketings verstehen
- ♦ Die grundlegenden Aspekte kennen, die für eine effiziente Werbung für ein Bildungsprojekt notwendig sind
- ♦ Den Bedarf an Marketing bei der Umsetzung eines Bildungsprojekts in einem Zentrum entdecken
- ♦ Den kommerziellen Planungsprozess analysieren

- ♦ Erlernen der notwendigen Phasen für die Analyse, die Festlegung von Zielen, den Entwurf von Strategien und die Bewertung im Bereich des Marketings des Bildungsprojekts
- ♦ Markt- und Kundensegmentierung untersuchen
- ♦ Die Bedürfnisse der Kunden zu identifizieren, um eine effektive und realistische Marketingstrategie zu entwerfen
- ♦ Geeignete Techniken zur Positionierung und zum Aufbau einer persönlichen Marke entwickeln

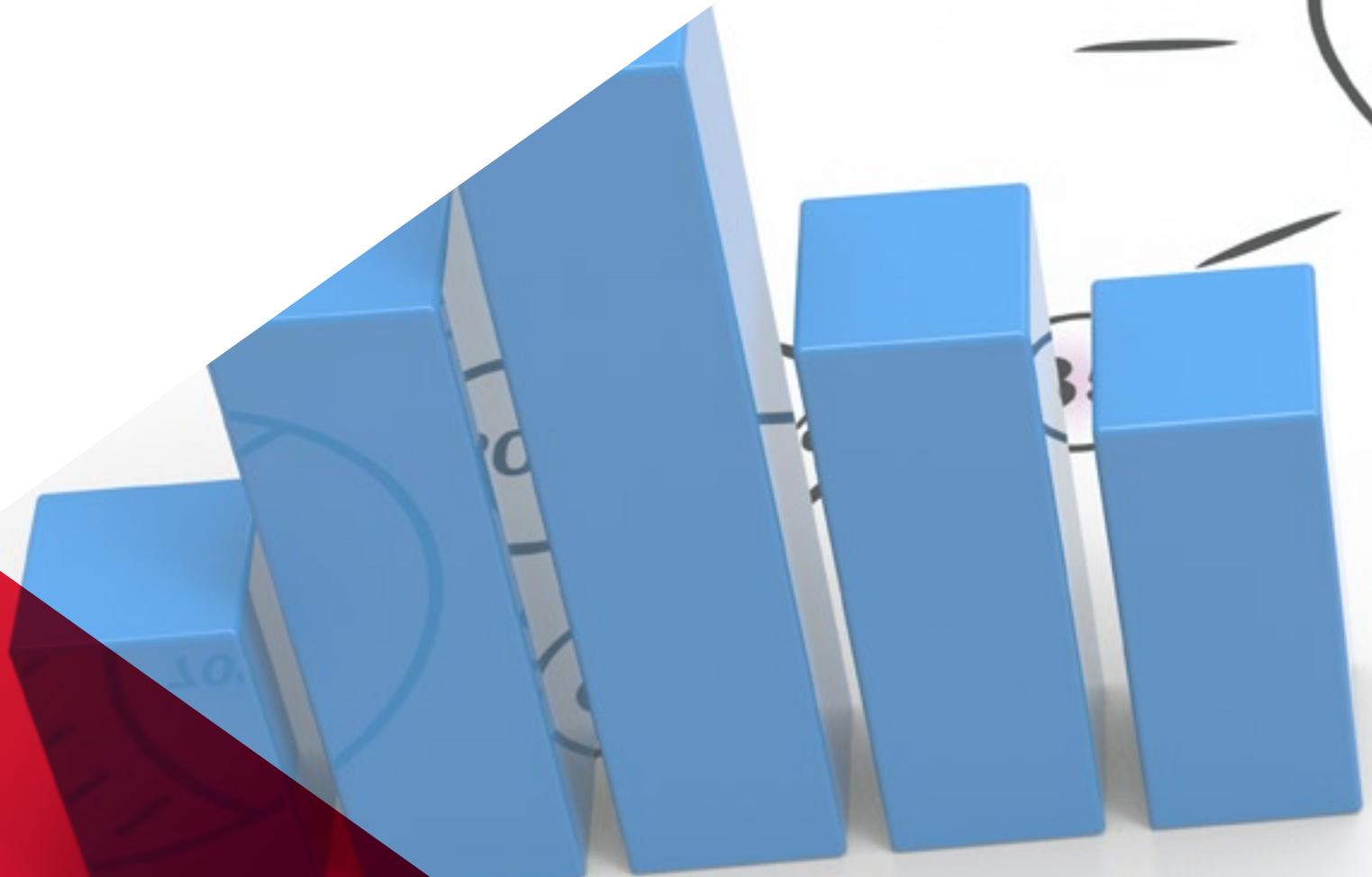
Modul 4. Marketing und Werbung für ein Bildungsprojekt

- ♦ Untersuchung der Kreativität der Werbung in Bildungsprojekten
- ♦ Herausfinden, wie man Werbung in der digitalen Umgebung erstellt
- ♦ Alle notwendigen Bereiche im Bereich Marketing und Werbung in Bezug auf das Bildungsangebot analysieren
- ♦ Die wichtigsten sozialen Netzwerke entdecken, die für das Marketing und die Werbung für das Bildungsprojekt genutzt werden können
- ♦ Den Prozess der Nutzung eines jeden von ihnen kennen, um eine optimale Effizienz zu erreichen
- ♦ Untersuchung der Phasen der Entwicklung von Werbekampagnen für das Bildungsprojekt
- ♦ Die Erstellung und Verwaltung von Marketingstrategien für Dienstleistungsunternehmen
- ♦ Alle notwendigen Bereiche im Zusammenhang mit Marketingstrategien verstehen
- ♦ Analyse des Prozesses zur Bewertung der Rentabilität von Kampagnen

03

Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten im Bereich Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Fortbildung einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Experten an der Konzeption und Ausarbeitung beteiligt, die das Programm auf interdisziplinäre Weise vervollständigen.





“

*Erfahren Sie von führenden Fachleuten
alles über die neuesten Fortschritte bei
den Verfahren im Bereich Planung und
Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement"*

Leitung



Hr. Pattier Bocos, Daniel

- ◆ Position: Spezialist für Bildungsinnovation
- ◆ Forscher und Universitätsdozent an der Fakultät für Erziehungswissenschaften der Universität Complutense in Madrid
- ◆ Finalist für die beste Lehrkraft in Spanien bei den Educa Abanca Awards

Professoren

Fr. Lozano Morote, María

- ◆ Position: Expertin für Projektmanagement im Bildungswesen
- ◆ Anwältin, MBA, Mediatorin und Expertin für das Management von Bildungsprojekten
- ◆ Projektleitung für Bildungsprojekte in einer spanischen Bildungsstiftung

Hr. Ortiz Gómez, Juan Saunier

- ◆ Position: Professor mit Spezialisierung auf pädagogische Führung in Zentren für Veränderungs- und Innovationsprozesse
- ◆ Experte für Management und Leitung von Bildungszentren
- ◆ Lehrkraft für Mittel- und Oberstufe, mit Erfahrung als Leiter eines Bildungszentrums

Fr. Martin Arteaga, Andrea Carolina

- ◆ Position: Community Manager mit Spezialisierung auf Marktforschung
- ◆ Curriculares Doktorat in Pädagogischen Wissenschaften Lateinamerikanisches und Karibisches Pädagogisches Institut (IPLAC) "UBEVISTA Identität"
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Public Relations Universität von Zulia
- ◆ Universitätskurs in Hochschulbildung Pädagogisches Institut für Lateinamerika und die Karibik
- ◆ Abkommen Kuba-Venezuela (IPLAC)
- ◆ Spezialisierung in Fotografie, Julio Arraga Nationale Schule für plastische Künste



04

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus den besten Bildungszentren und Universitäten entwickelt, die sich der Bedeutung einer innovativen Fortbildung bewusst sind und sich für eine qualitativ hochwertige Lehre durch neue Bildungstechnologien einsetzen.



“

*Dieser Universitätsexperte in Planung
und Wirtschaftlich-Finanzielles
Projektmanagement enthält das vollständigste
und aktuellste Programm auf dem Markt"*

Modul 1. Arten von Bildungsprojekten

- 1.1. Technologische Projekte
 - 1.1.1. Virtuelle Realität
 - 1.1.2. Augmented Reality
 - 1.1.3. Gemischte Realität
 - 1.1.4. Digitale Whiteboards
 - 1.1.5. iPad- oder Tablet-Projekt
 - 1.1.6. Handys im Klassenzimmer
 - 1.1.7. Pädagogische Robotik
 - 1.1.8. Künstliche Intelligenz
 - 1.1.9. *E-Learning* und Online-Bildung
 - 1.1.10. 3D-Drucker
- 1.2. Methodische Projekte
 - 1.2.1. Gamification
 - 1.2.2. Spielbasierte Bildung
 - 1.2.3. *Flipped Classroom*
 - 1.2.4. Projektbasiertes Lernen
 - 1.2.5. Problemorientiertes Lernen
 - 1.2.6. Denkbasiertes Lernen
 - 1.2.7. Kompetenzbasiertes Lernen
 - 1.2.8. Kooperatives Lernen
 - 1.2.9. *Design Thinking*
 - 1.2.10. Montessori-Methodik
 - 1.2.11. Musikpädagogik
 - 1.2.12. Pädagogisches Coaching
- 1.3. Werte Projekte
 - 1.3.1. Emotionale Erziehung
 - 1.3.2. Projekte gegen Mobbing
 - 1.3.3. Projekte zur Unterstützung von Verbänden
 - 1.3.4. Friedensprojekte
 - 1.3.5. Projekte zur Förderung der Nichtdiskriminierung
 - 1.3.6. Projekte der Solidarität
 - 1.3.7. Projekte gegen geschlechtsspezifische Gewalt
 - 1.3.8. Projekte zur Eingliederung
 - 1.3.9. Interkulturelle Projekte
 - 1.3.10. Projekte zur Koexistenz
- 1.4. Evidenzbasierte Projekte
 - 1.4.1. Einführung in evidenzbasierte Projekte
 - 1.4.2. Vorläufige Analyse
 - 1.4.3. Festlegung des Ziels
 - 1.4.4. Wissenschaftliche Forschung
 - 1.4.5. Wahl des Projekts
 - 1.4.6. Lokale oder nationale Kontextualisierung
 - 1.4.7. Durchführbarkeitsstudie
 - 1.4.8. Evidenzbasierte Projektdurchführung
 - 1.4.9. Follow-up des evidenzbasierten Projekts
 - 1.4.10. Evidenzbasierte Projektbewertung
 - 1.4.11. Veröffentlichung der Ergebnisse
- 1.5. Künstlerische Projekte
 - 1.5.1. LOVA (Oper als Lernmittel)
 - 1.5.2. Theater
 - 1.5.3. Musik-Projekte
 - 1.5.4. Chor und Orchester
 - 1.5.5. Projekte zur Infrastruktur des Zentrums
 - 1.5.6. Projekte der visuellen Künste
 - 1.5.7. Projekte der plastischen Künste
 - 1.5.8. Projekte für dekorative Kunst
 - 1.5.9. Straßenprojekte
 - 1.5.10. Projekte zur Förderung der Kreativität
- 1.6. Gesundheitsprojekte
 - 1.6.1. Pflegedienste
 - 1.6.2. Projekte zu gesunder Ernährung
 - 1.6.3. Zahnmedizinische Projekte
 - 1.6.4. Ophthalmologische Projekte
 - 1.6.5. Erste-Hilfe-Plan
 - 1.6.6. Notfallplan
 - 1.6.7. Projekte mit externen Einrichtungen im Gesundheitsbereich
 - 1.6.8. Projekte zur Körperpflege

- 1.7. Sportliche Projekte
 - 1.7.1. Bau oder Renovierung von Spielplätzen
 - 1.7.2. Bau oder Renovierung von Sportanlagen
 - 1.7.3. Gründung von Sportvereinen
 - 1.7.4. Außerschulischer Unterricht
 - 1.7.5. Individuelle Sportprojekte
 - 1.7.6. Kollektive Sportprojekte
 - 1.7.7. Sportliche Wettbewerbe
 - 1.7.8. Projekte mit externen Sportveranstaltern
 - 1.7.9. Projekte zur Schaffung gesunder Gewohnheiten
- 1.8. Sprachprojekte
 - 1.8.1. Hochschulinterne Projekte zum Eintauchen in die Sprache
 - 1.8.2. Projekte zum Eintauchen in die Lokalsprache
 - 1.8.3. Projekte zum Eintauchen in internationale Sprachen
 - 1.8.4. Phonetik-Projekte
 - 1.8.5. Konversations-Assistenten
 - 1.8.6. Einheimische Lehrkräfte
 - 1.8.7. Vorbereitung auf offizielle Sprachprüfungen
 - 1.8.8. Projekte, die zum Sprachenlernen motivieren
 - 1.8.9. Projekte austauschen
- 1.9. Exzellenz-Projekte
 - 1.9.1. Projekte zur Leseförderung
 - 1.9.2. Projekte zur Verbesserung der Rechenfertigkeiten
 - 1.9.3. Projekte zur Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse
 - 1.9.4. Zusammenarbeit mit renommierten Einrichtungen
 - 1.9.5. Wettbewerbe und Auszeichnungen
 - 1.9.6. Projekte für externe Evaluierungen
 - 1.9.7. Verbindung mit Unternehmen
 - 1.9.8. Vorbereitung auf standardisierte Anerkennungs- und Prestigetests
 - 1.9.9. Projekte für Spitzenleistungen in Kultur und Sport
 - 1.9.10. Werbung

- 1.10. Andere Innovationsprojekte
 - 1.10.1. *Outdoor education*
 - 1.10.2. Youtuber und Influencer
 - 1.10.3. *Mindfulness*
 - 1.10.4. Peer-Mentoring
 - 1.10.5. RULER-Methode
 - 1.10.6. Schulgärten
 - 1.10.7. Lerngemeinschaft
 - 1.10.8. Demokratische Schule
 - 1.10.9. Frühe Stimulation
 - 1.10.10. Ecken zum Lernen

Modul 2. Vorteile der Umsetzung eines Bildungsprojekts

- 2.1. Für die Schule als Institution: Identität, Stil und Präsenz
 - 2.1.1. Gruppen, die eine Schule ausmachen: die Institution, die Schüler und ihre Familien, die Pädagogen
 - 2.1.2. Das Bildungsprojekt ist eine lebendige Realität
 - 2.1.3. Definition der Dimensionen des Bildungsprojekts
 - 2.1.3.1. Auf dem Weg zur Tradition. Identität/Charakter, Mission
 - 2.1.3.2. Auf dem Weg in die Zukunft. Stil, Vision
 - 2.1.3.3. Die Verbindung zwischen Tradition und Zukunft: Präsenz, Werte
 - 2.1.4. Ehrlichkeit und Kohärenz
 - 2.1.5. Die Identität. Aktuelle Entwicklung seiner Mission (Unterscheidungskraft)
 - 2.1.6. Stil. Von der Vorstellung dessen, was sie tun will (Vision), bis hin zur Art und Weise, wie sie es tut
 - 2.1.7. Anwesenheit. Die praktische Verwirklichung von Werten
 - 2.1.8. Die drei Dimensionen des Bildungsprojekts als strategische Referenzen
- 2.2. Für Schüler und ihre Familien
 - 2.2.1. Das Image der Schule sagt etwas über ihr Bildungsprojekt
 - 2.2.2. Relationale Dimensionen des Bildungsprojekts
 - 2.2.2.1. Gegenüber den internen Adressaten der pädagogischen Aktion: den Schülern
 - 2.2.2.2. Gegenüber den externen Partnern der pädagogischen Aktion: den Familien

- 2.2.3. Kommunikation und Kohärenz
- 2.2.4. Wesentliche kommunikative Dimensionen eines Bildungsprojekts
- 2.2.5. Die Identität. Eine fundierte ganzheitliche Ausbildung, die in der Tradition verwurzelt ist
- 2.2.6. Stil. Das Erlernen von Wissen und Fähigkeiten im Bereich der Charakterbildung
- 2.2.7. Anwesenheit. Bildung für die Bürger von heute mit Eigenart
- 2.2.8. Die drei Dimensionen des Bildungsprojekts als Grundlage für das Schulmarketing
- 2.2.9. Kundenbeziehungen und Zugehörigkeit
- 2.3. Für Pädagogen: Lehrkräfte und anderes Personal
 - 2.3.1. Pädagogen als *Stakeholders*
 - 2.3.2. Pädagogen, Eckpfeiler eines Bildungsprojekts
 - 2.3.3. Humankapital, Sozialkapital und Entscheidungskapital
 - 2.3.4. Die wesentliche Beteiligung von Pädagogen an der Gestaltung des Bildungsprojekts
 - 2.3.5. Klima und Kohärenz
 - 2.3.6. Projekt, Veränderung und Menschen: es ist nicht möglich, alle drei zu regeln
 - 2.3.7. Die Identität. Klarheit in den pädagogischen Absichten und in der Identität des Erziehers
 - 2.3.8. Stil. Gestaltung einer Form der Präsenz, methodische Grundsätze und gemeinsame Unterrichtspraktiken
 - 2.3.9. Anwesenheit. Festlegung von Bildungsprioritäten, Organisationsstrukturen, Ausbildungsbedarf
 - 2.3.10. Die drei Dimensionen des Bildungsprojekts als Achsen des Personalmanagements
- 2.4. Für die treibende Kraft der Schule 1: Verbesserter Führungsstil
 - 2.4.1. Die wichtigsten treibenden Kräfte einer Bildungseinrichtung: Managementstil, Führungskräfte und kollektive Ausrichtung
 - 2.4.2. Bildungsprojekt und Schulmanagement
 - 2.4.3. Der führende Manager als moralischer Bezugspunkt
 - 2.4.4. Der Managementstil als pädagogische Referenz
 - 2.4.5. Können wir von einem Managementprojekt sprechen?
- 2.4.6. Elemente des Führungsstils in Abhängigkeit von dem Bildungsprojekt
 - 2.4.6.1. Organisatorische Strukturen
 - 2.4.6.2. Führungsstil
 - 2.4.6.3. Die Möglichkeit einer anderen Führung
 - 2.4.6.4. Formen der Beteiligung und Delegation
- 2.4.7. Angemessenheit der Organisationsstrukturen für die Identität, den Stil und die Präsenz der Institution
- 2.4.8. Die schrittweise Entwicklung einer lokalen Managementkultur
- 2.5. Für die treibende Kraft der Schule: 2. Generation der Führungskräfte
 - 2.5.1. Manager als Führungskräfte
 - 2.5.2. Die drei Kapitale der Führungskraft - menschliches, soziales und Entscheidungskapital - und das Bildungsprojekt
 - 2.5.3. Talente hervorbringen
 - 2.5.4. Kapazität, Engagement und Service
 - 2.5.5. Bildungsprojekt, organisatorische Flexibilität und Führung
 - 2.5.6. Bildungsprojekt, Innovationsprozesse und Führung
 - 2.5.7. Bildungsprojekt, Kreativität und Führung
 - 2.5.8. Hin zu einer pädagogischen Funktion im Schlüssel der Führung
 - 2.5.9. Führungskräfte ausbilden
- 2.6. Für die treibende Kraft der Schule: 3. Ausrichtung auf die Mission-Vision-Werte
 - 2.6.1. Die Notwendigkeit der Anpassung
 - 2.6.2. Haupthindernisse für die Rechtsangleichung
 - 2.6.3. Der Anführer als Ausrichter
 - 2.6.4. Lebenslanges Lernen als Pädagoge: Entwicklung der eigenen Kompetenzlinien
 - 2.6.5. Vom Lehrucksack zu gemeinsamen Lehrgewohnheiten
 - 2.6.6. Bildungsprojekt und die Entwicklung einer professionellen Lehrkultur
 - 2.6.7. Ressourcen für eine authentische Bewertung
 - 2.6.8. Bewertung der Qualität des Bildungsangebots
 - 2.6.8.1. Lokale Realitäten
 - 2.6.8.2. Systemische Natur
 - 2.6.8.3. Absolute Priorität der Lehr- und Lernaktivitäten



- 2.7. Für den Bildungsfortschritt: 1. Anpassung an die Schüler, an aktive Methoden und an die Anforderungen des Umfelds
 - 2.7.1. Die Bedeutung von Bildungszielen
 - 2.7.2. Die Bedeutung der wissenschaftlichen Erkenntnisse über die Art und Weise, wie wir lernen
 - 2.7.3. Wie äußert sich die Entwicklung einer Schule?
 - 2.7.4. Konzentration auf Wachstumsprozesse
 - 2.7.5. Konzentration auf systematische Lernprozesse
 - 2.7.6. Vorrang für aktive Methoden: Es geht um das Lernen
 - 2.7.7. Vorrang für situiertes Lernen
 - 2.7.8. Anpassung an die Anforderungen der Umwelt
 - 2.7.9. Über den aktuellen Bedarf hinaus: ein Bildungsprojekt mit einer "Vision der Zukunft"
 - 2.7.10. Bildungsprojekt und operative Forschung
- 2.8. Für den Bildungsfortschritt. 2. Verbesserung des Lebens-, Lern- und Arbeitsumfelds. Nachhaltigkeit
 - 2.8.1. Das Bildungsprojekt als Grundlage für ein angemessenes Schulklima
 - 2.8.2. Das Bildungsprojekt und die Koexistenz
 - 2.8.3. Das Bildungsprojekt und Lernstil
 - 2.8.4. Das Bildungsprojekt und Arbeitsorganisation
 - 2.8.5. Unterstützung durch das Management
 - 2.8.6. Die Nachhaltigkeit der Arbeit in einem Bildungszentrum
 - 2.8.7. Elemente der Nachhaltigkeit
 - 2.8.7.1. Der strategische Plan der Schule
 - 2.8.7.2. Praktische Qualitätsindikatoren
 - 2.8.7.3. Das allgemeine Bewertungssystem
 - 2.8.7.4. Eigene Bildungstradition
- 2.9. Für den Bildungsfortschritt. 3. Beziehung zur Umgebung, zu anderen Zentren in der Umgebung oder im selben Netzwerk
 - 2.9.1. Ein eigenes Profil und eine erkennbare Stimme in der Umgebung zu haben
 - 2.9.2. Sich der umgebenden Realität öffnen
 - 2.9.2.1. Die Umgebung kennen
 - 2.9.2.2. Mit ihr interagieren
 - 2.9.2.3. Identifizierung mit anderen Zentren derselben Einrichtung oder desselben Gebiets
 - 2.9.4. Vom Lernen unter Gleichaltrigen im Klassenzimmer zum Lernen von Schule zu Schule

- 2.9.5. Gemeinsame Erfahrungen
- 2.9.6. Institutionelles Rahmenprojekt und eigenes Bildungsprojekt
 - 2.9.6.1. Der gemeinsame Rahmen
 - 2.9.6.2. Unterschiedliche Bedürfnisse und Empfindlichkeiten
 - 2.9.6.3. Was bringt die global-lokale Dialektik für das eigene Bildungsprojekt?
- 2.9.7. Eigenes Bildungsprojekt und rechtlicher Rahmen
- 2.10. Für den Bildungsfortschritt. 4. Vertiefung der Ideologie und des Stils
 - 2.10.1. Ideologie, Mission, Charakter. Drei komplementäre Begriffe
 - 2.10.2. Die Mission untermauert die Grundlinien des Bildungsprojekts
 - 2.10.3. Das Bildungsprojekt entwickelt den besonderen Charakter
 - 2.10.4. Angleichung zwischen dem Bildungsprojekt und der Ideologie
 - 2.10.5. Einen Stil des Handelns und der Reflexion über Bildung entwickeln
 - 2.10.6. Die Aktualisierung des Bildungsprojekts aktualisiert die Perspektive, aus der neue Realitäten angegangen werden
 - 2.10.7. Ein regelmäßiges Überdenken der Grundlagen ist notwendig
 - 2.10.8. Ideologie, Bildungsprojekt und Weitergabe einer Bildungstradition

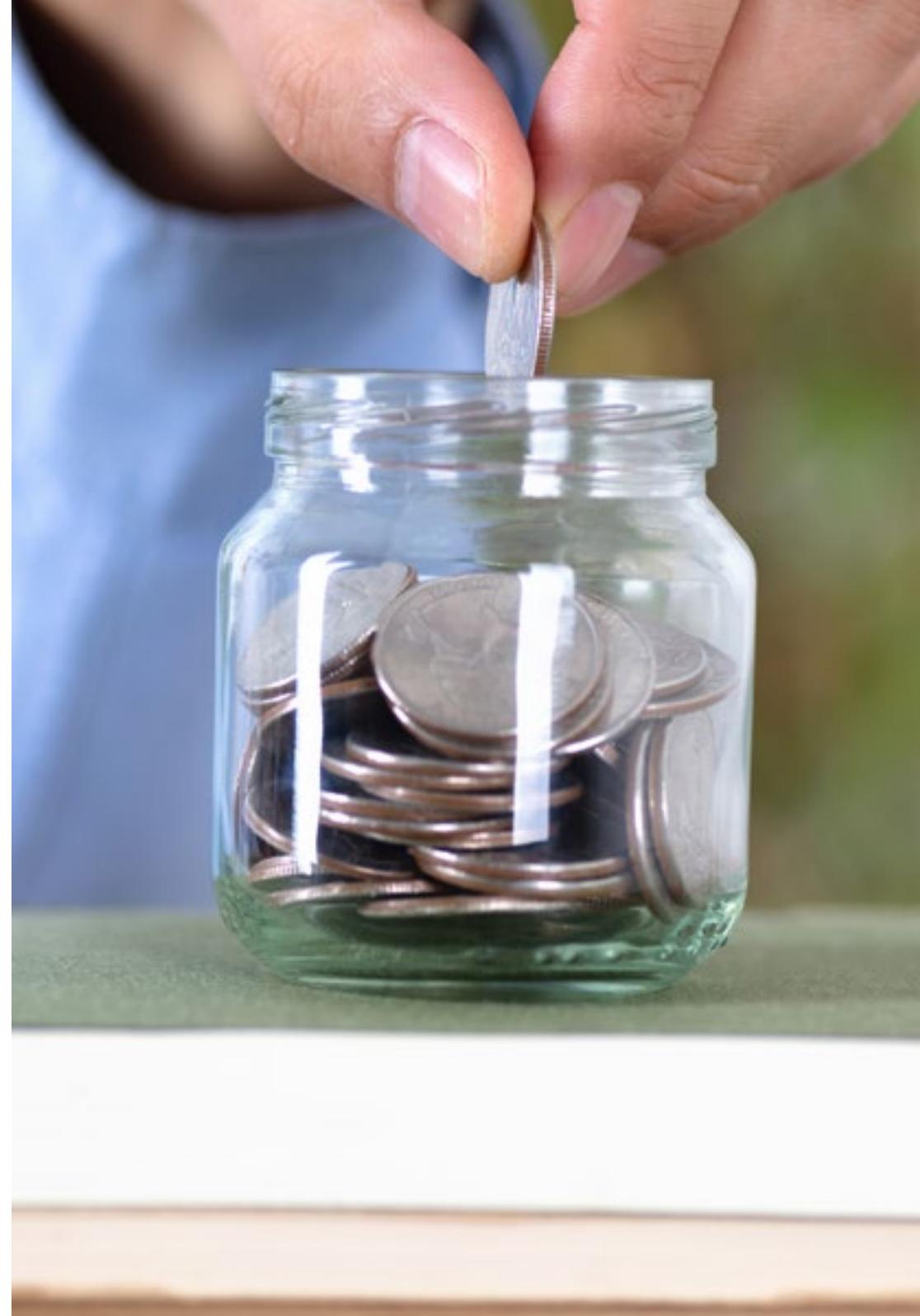
Modul 3. Planung und wirtschaftlich-finanzielles Management von Bildungsprojekten

- 3.1. Situationsanalyse und Bildungsfragen
 - 3.1.1. Diagnostische Untersuchung
 - 3.1.2. Bildungsindikatoren
 - 3.1.3. Das Bildungsproblem
 - 3.1.4. Probleme mit der Infrastruktur
 - 3.1.5. Sozioökonomische Probleme
 - 3.1.6. Administrative und institutionelle Probleme
 - 3.1.7. Umweltprobleme
 - 3.1.8. Historische und kulturelle Probleme
 - 3.1.9. Ursache-Wirkung-Analyse
 - 3.1.10. SWOT-Analyse
- 3.2. Einführung in die Planung und wirtschaftlich-finanzielles Management von Bildungsprojekten
 - 3.2.1. Projektvorbereitung und -bewertung
 - 3.2.2. Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit einem Projekt
 - 3.2.3. Typologie der Projekte
 - 3.2.4. Bewertung des Projekts
 - 3.2.5. Soziale Bewertung von Projekten
 - 3.2.6. Projekte in der Entwicklungsplanung
 - 3.2.7. Umfang der Projektstudie
 - 3.2.8. Die technische Studie des Projekts
 - 3.2.9. Die Marktstudie
 - 3.2.10. Organisatorische und finanzielle Studie
- 3.3. Wirtschaftsstruktur und Bildungsmarktforschung
 - 3.3.1. Struktur des Marktes
 - 3.3.2. Nachfrage nach Bildungsprodukten
 - 3.3.3. Preisgestaltung
 - 3.3.4. Die Angebotsseite
 - 3.3.5. Der Projektmarkt
 - 3.3.6. Zielsetzung und Phasen der Marktstudie
 - 3.3.7. Der Verbraucher
 - 3.3.8. Die kommerzielle Strategie
 - 3.3.9. Medienanalyse
 - 3.3.10. Nachfrage
- 3.4. Techniken für Projektionen und Kostenschätzungen
 - 3.4.1. Projektion
 - 3.4.2. Methoden der Projektion
 - 3.4.3. Qualitative und kausale Methoden
 - 3.4.4. Zeitreihenmodell
 - 3.4.5. Informationen zu den Kosten
 - 3.4.6. Unterschiedliche und vorausschauende Kosten
 - 3.4.7. Relevante Kostenelemente
 - 3.4.8. Kurzfristige Kostenfunktionen
 - 3.4.9. Kosten-Volumen-Gewinn-Analyse
 - 3.4.10. Kosten für Buchhaltung und MWSt (Mehrwertsteuer)

- 3.5. Wirtschaftlicher Hintergrund der technischen Studie und Größenbestimmung
 - 3.5.1. Umfang der Studie und Produktionsprozess
 - 3.5.2. Größenvorteile
 - 3.5.3. Lange Modell
 - 3.5.4. Investitionen in Ausrüstung
 - 3.5.5. Persönliches Gleichgewicht und Wahl der technologischen Alternativen
 - 3.5.6. Faktoren, die die Projektgröße beeinflussen
 - 3.5.7. Die Wirtschaftlichkeit der Größe
 - 3.5.8. Optimierung der Größe
 - 3.5.9. Größe eines Projekts mit einem wachsenden Markt
 - 3.5.10. Größe eines Projekts mit konstanter Nachfrage
- 3.6. Standortentscheidungen und organisatorische wirtschaftliche Auswirkungen
 - 3.6.1. Standortstudie und Standortfaktoren
 - 3.6.2. Bewertungsmethoden für nicht quantifizierbare Faktoren
 - 3.6.3. Qualitative Punktmethode
 - 3.6.4. Die Methode von Brown und Gibson
 - 3.6.5. Maximierung des Kapitalwerts
 - 3.6.6. Die Studie zur Projektorganisation
 - 3.6.7. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der organisatorischen Variablen
 - 3.6.8. Investition in die Organisation
 - 3.6.9. Die Kosten für den Verwaltungsbetrieb
 - 3.6.10. Bedeutung von Verwaltungssystemen für die Projektvorbereitung und -prüfung
- 3.7. Der rechtliche Rahmen und die Projektinvestitionen
 - 3.7.1. Die Bedeutung des rechtlichen Rahmens
 - 3.7.2. Wirtschaftliche Erwägungen der juristischen Studie
 - 3.7.3. Einige wirtschaftliche Auswirkungen der juristischen Studie
 - 3.7.4. Das Rechtssystem der sozialen Organisation
 - 3.7.5. Investitionen in der Vorgründungsphase
 - 3.7.6. Investitionen in Betriebskapital
 - 3.7.7. Buchhaltungsmethode
 - 3.7.8. Lückenbüsser-Methode
 - 3.7.9. Methode des maximalen kumulierten Defizits
 - 3.7.10. Investitionen während des Betriebs
- 3.8. Projektnutzen und Konstruktion von Cashflows
 - 3.8.1. Arten von Leistungen
 - 3.8.2. Abfallwerte
 - 3.8.3. Preispolitik
 - 3.8.4. Rentabilitätsanalyse für die Preisgestaltung
 - 3.8.5. Elemente des Cashflows
 - 3.8.6. Struktur eines Cashflows
 - 3.8.7. Cashflow für Investoren
 - 3.8.8. Cashflows aus laufenden Projekten
 - 3.8.9. EBITDA
 - 3.8.10. Andere Überlegungen
- 3.9. Projektbewertungskriterien und Abzinsungssatz
 - 3.9.1. Der Ansatz des Nettogegenwartswerts (NPV)
 - 3.9.2. Das Kriterium des internen Ertragssatzes (IRR)
 - 3.9.3. Andere Entscheidungskriterien
 - 3.9.4. Auswirkungen der Inflation auf die Projektbeurteilung
 - 3.9.5. Die Kosten des Kapitals
 - 3.9.6. Die Kosten der Schulden
 - 3.9.7. Die Kosten des Eigenkapitals
 - 3.9.8. Capital Asset Pricing Model zur Bestimmung der Eigenkapitalkosten
 - 3.9.9. Durchschnittlicher Unternehmenssatz versus CAPM
 - 3.9.10. Das Agenturproblem
- 3.10. Risiko- und Sensitivitätsanalyse
 - 3.10.1. Vorüberlegungen
 - 3.10.2. Eindimensionales Modell der NPV-Sensibilisierung
 - 3.10.3. Mehrdimensionales Modell des Barwertbewusstseins, Monte-Carlo-Simulation
 - 3.10.4. Gebrauch und Missbrauch von Sensibilität
 - 3.10.5. Projektvorbereitung und soziale Bewertung
 - 3.10.6. Soziale Kosten und Nutzen
 - 3.10.7. Vorkommen von Nebeneffekten oder externen Effekten
 - 3.10.8. Auswirkungen der immateriellen Effekte
 - 3.10.9. Auswirkungen des sozialen Diskontsatzes
 - 3.10.10. Private und soziale Bewertung

Modul 4. Marketing und Werbung für ein Bildungsprojekt

- 4.1. Einführung in das Marketing
 - 4.1.1. Einführung in das Marketing
 - 4.1.2. Marketingbedarf
 - 4.1.3. Entwicklung des Marketingkonzepts
 - 4.1.4. Neue Trends im Marketing
 - 4.1.5. Vom transaktionalen Marketing zum Beziehungsmarketing
 - 4.1.6. Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 4.1.7. Marketing
 - 4.1.7.1. Marketing 1.0
 - 4.1.7.2. Marketing 2.0
 - 4.1.7.3. Marketing 3.0
 - 4.1.7.4. Marketing 4.0
 - 4.1.8. Ganzheitliches Marketing
- 4.2. Geschäftsplanung
 - 4.2.1. Strategische Unternehmensplanung und Marketingplanung
 - 4.2.2. Der Marketingplan des Unternehmens
 - 4.2.3. Phase 1: Analyse der Situation
 - 4.2.3.1. Marktanalyse
 - 4.2.3.2. Mikroumgebung
 - 4.2.3.3. Makro-Umgebung
 - 4.2.3.4. Interne Analyse
 - 4.2.4. Phase 2: Zielsetzung
 - 4.2.5. Phase 3: Strategieentwicklung
 - 4.2.5.1. Das Produkt
 - 4.2.5.2. Der Preis
 - 4.2.5.3. Der Vertrieb
 - 4.2.5.4. Die Kommunikation
 - 4.2.6. Phase 4: Bewertung, Organisation, Umsetzung und Kontrolle der Strategie
 - 4.2.6.1. Bewertung der Geschäftsstrategie
 - 4.2.6.2. Organisation der Marketingabteilung und Umsetzung der Marketingstrategie
 - 4.2.6.3. Kontrolle der kommerziellen Strategie (Feedback)



- 4.3. Markt- und Kundensegmentierung
 - 4.3.1. Verbesserung der Effektivität von Marketingaktionen durch korrekte Kundensegmentierung
 - 4.3.2. Differenzierte Kampagnen-Leads, um die Bemühungen auf diejenigen zu richten, die die Produkte kaufen werden
 - 4.3.3. Die Märkte und Zielgruppen auswählen, die am besten zu den Produkten/ Dienstleistungen und Eigenschaften Ihres Unternehmens passen
 - 4.3.4. Die Bedürfnisse Ihrer Kunden zu erkennen und einen effektiven Marketing-Mix zu entwickeln, um diese Bedürfnisse zu erfüllen
 - 4.3.5. Einen hohen Wettbewerbsvorteil und Wachstumschancen für das Unternehmen generieren
 - 4.3.6. Wissen, welche Variablen Teil des Segmentierungsprogramms sein sollten
 - 4.3.7. Was sind die Vorteile der Einführung eines Segmentierungsprogramms
 - 4.3.8. Segmentierung in den Verkaufs- und Marketingprozess des Unternehmens einbeziehen
- 4.4. Positionierung und Aufbau der persönlichen Marke
 - 4.4.1. Wie wird der sogenannte Markenwert erzeugt?
 - 4.4.2. Der Schlüssel zum richtigen Online- und Offline-Markenmanagement
 - 4.4.3. Elemente, die die Marke ausmachen und welche Eigenschaften sie erfüllen müssen
 - 4.4.4. Merkmale, Vor- und Nachteile der verschiedenen bestehenden Strategien zur Markenführung
 - 4.4.5. Geeignete Strategien zur Verbesserung der Positionierung des Produkts oder der Dienstleistung durch die Marke und ihre Kommunikation
- 4.5. Kreativität in der Werbung und neue Formen der Kommunikation in Unternehmen
 - 4.5.1. Was ist Kreativität und was sind die besten Voraussetzungen für Kreativität
 - 4.5.2. Was braucht man, um auf eine Idee zu kommen
 - 4.5.3. Wie funktioniert das Denken der Werbekreativen
 - 4.5.4. Wie ist eine Werbebotschaft aufgebaut
 - 4.5.5. Wie kann man *Publicity* erzeugen
 - 4.5.6. Wie erstellt man Werbung in der digitalen Umgebung
 - 4.5.7. Was sind die Hauptgründe, warum es notwendig ist, eine Marke zu haben
 - 4.5.8. Was sind die Unterschiede zwischen einem Logo und einer Marke
- 4.6. Bildungsangebot
 - 4.6.1. Das Bildungsprojekt
 - 4.6.2. Ideologie
 - 4.6.3. Extra Dienstleistungen
 - 4.6.4. Verwendung von verschiedenen Materialien
 - 4.6.5. Zertifizierungen
 - 4.6.6. Unterschiede in Ihrem Bildungsangebot
 - 4.6.7. Methodik
 - 4.6.8. Lehrpersonal
 - 4.6.9. Einrichtungen
 - 4.6.10. Ergänzende Dienstleistungen. (Standort und Zugangswege)
- 4.7. Soziale Netzwerke
 - 4.7.1. Facebook ADS-Kampagne
 - 4.7.1.1. Konzipierung überzeugender und wirkungsvoller Kampagnen, die den Kunden durch die gesamte "Shopping Journey" führen und geeignete Kampagnenziele verwenden
 - 4.7.1.2. Die Facebook-Plattform zu 100% nutzen und ihre Struktur und Funktionsweise verstehen
 - 4.7.1.3. Anzeigen in verschiedenen Facebook-Formaten erstellen und ihre Struktur und Funktionsweise verstehen
 - 4.7.1.4. Eine Präsentation vorbereiten, die alle Verkaufsprozesse abdeckt
 - 4.7.1.5. Eine Facebook-Seite erstellen und optimieren, um die besten Ergebnisse zu erzielen
 - 4.7.1.6. Die Konkurrenz ausspionieren und sie als Maßstab für die Verbesserung Ihrer Produkte und Dienstleistungen nutzen
 - 4.7.1.7. Überwachen Sie den ROI Ihrer Kampagne und steigern Sie so Ihre Ergebnisse
 - 4.7.2. Twitter ADS-Kampagne
 - 4.7.2.1. Ziel
 - 4.7.2.2. Publikum
 - 4.7.2.3. Angebote
 - 4.7.2.4. Budgets
 - 4.7.2.5. Kreativität
 - 4.7.2.6. Analyse Ihrer Kampagne

- 4.7.3. Kampagne auf Instagram
 - 4.7.3.1. Inhalt
 - 4.7.3.2. Optimieren Sie Ihr Profil
 - 4.7.3.3. Verwendung von *Hashtags*
 - 4.7.3.4. Ermutigung zur Teilnahme
 - 4.7.3.5. Kundenerlebnisse vorführen
 - 4.7.3.6. Instagram für Veranstaltungen
- 4.7.4. E-Mail-Marketing-Kampagnen
- 4.7.5. WhatsApp-Kampagnen
- 4.7.6. Apps
- 4.7.7. Blog
- 4.8. Erstellung und Verwaltung der Marketingstrategie für Dienstleistungsunternehmen
 - 4.8.1. Was ist Dienstleistungsmarketing und welche Strategien, Methoden und Instrumente gibt es
 - 4.8.2. Unverwechselbare Aspekte des Dienstleistungsmarketings
 - 4.8.3. Service Marketing Plan
 - 4.8.4. Erfolgreiche Positionierung im Dienstleistungsmarketing
 - 4.8.5. Analyse des Kundenverhaltens in Dienstleistungsunternehmen
- 4.9. Marketingstrategien
 - 4.9.1. Einführung
 - 4.9.2. Produktentscheidungen
 - 4.9.2.1. Produktentscheidungen
 - 4.9.2.2. Entscheidungen zum Produktportfolio
 - 4.9.2.3. Schaffung neuer Produkte
 - 4.9.2.4. Der Produktlebenszyklus
 - 4.9.3. Entscheidungen zur Preisgestaltung
 - 4.9.3.1. Preispolitik und Preisstrategien
 - 4.9.3.2. Determinanten der Preispolitik
 - 4.9.3.3. Strategien zur Preisgestaltung





- 4.9.4. Entscheidungen über die Verteilung
 - 4.9.4.1. Entscheidungen im Zusammenhang mit der Verwaltung des Vertriebs
- 4.9.5. Beschlüsse zur Kommunikation
 - 4.9.5.1. Persönlicher Verkauf
 - 4.9.5.2. Verkaufsförderung
 - 4.9.5.3. Öffentlichkeitsarbeit
 - 4.9.5.4. Werbung
 - 4.9.5.5. Andere Kommunikationsmittel
- 4.10. Marketing-Metrics: Analyse der Rentabilität von Kampagnen
 - 4.10.1. Nützlichkeit der verschiedenen Metriken je nach Art des Unternehmens, seiner Strategie und seiner Ziele
 - 4.10.2. Die wichtigsten Indikatoren zur Messung der Leistung der Vertriebs- und Marketingaktivitäten eines Unternehmens
 - 4.10.3. Es ist wichtig, die im Unternehmen durchgeführten Marketingmaßnahmen zu bewerten, um sie zu verwalten und zu verbessern
 - 4.10.4. Die unangemessene Verwendung von Metriken vermeiden
 - 4.10.5. Verwendung von Metriken im Marketing, um die Rentabilität, Effizienz und Effektivität von Programmen zu bewerten



*Eine einzigartige, wichtige
und entscheidende
Fortbildungserfahrung, die Ihre
berufliche Entwicklung fördert"*

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

An der TECH Education School verwenden wir die Fallmethode

Was sollte ein Fachmann in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten Fällen konfrontiert, die auf realen Situationen basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode.

Mit TECH erlebt der Erzieher, Lehrer oder Dozent eine Art des Lernens, die an den Grundfesten der traditionellen Universitäten in aller Welt rüttelt.



Es handelt sich um eine Technik, die den kritischen Geist entwickelt und den Erzieher darauf vorbereitet, Entscheidungen zu treffen, Argumente zu verteidigen und Meinungen gegenüberzustellen.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt”

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Die Lehrer, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten, durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Gelernte wird solide in praktische Fähigkeiten umgesetzt, die es dem Pädagogen ermöglichen, das Wissen besser in die tägliche Praxis zu integrieren.
3. Die Aneignung von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen aus dem realen Unterricht erleichtert und effizienter gestaltet.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.



Der Lehrer lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.

Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 85.000 Pädagogen mit beispiellosem Erfolg in allen Fachbereichen ausgebildet. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch.

Die Gesamtnote unseres Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachlehrkräften, die das Hochschulprogramm unterrichten werden, speziell für dieses Programm erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Pädagogische Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt die innovativsten Techniken mit den neuesten pädagogischen Fortschritten an die Spitze des aktuellen Geschehens im Bildungswesen. All dies in der ersten Person, mit maximaler Strenge, erklärt und detailliert für Ihre Assimilation und Ihr Verständnis. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

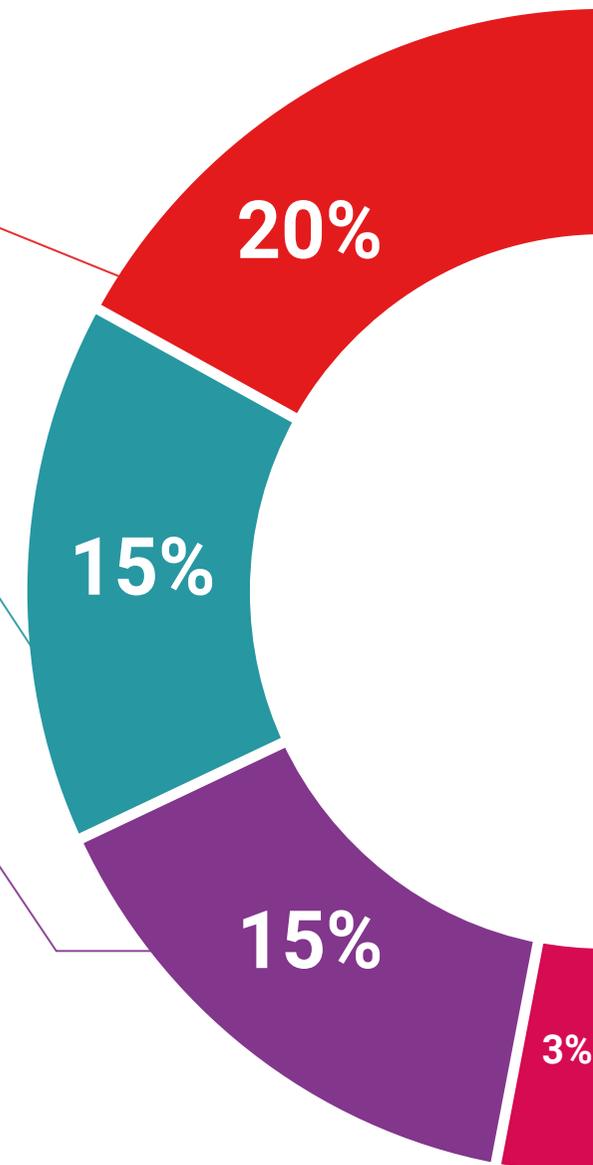
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

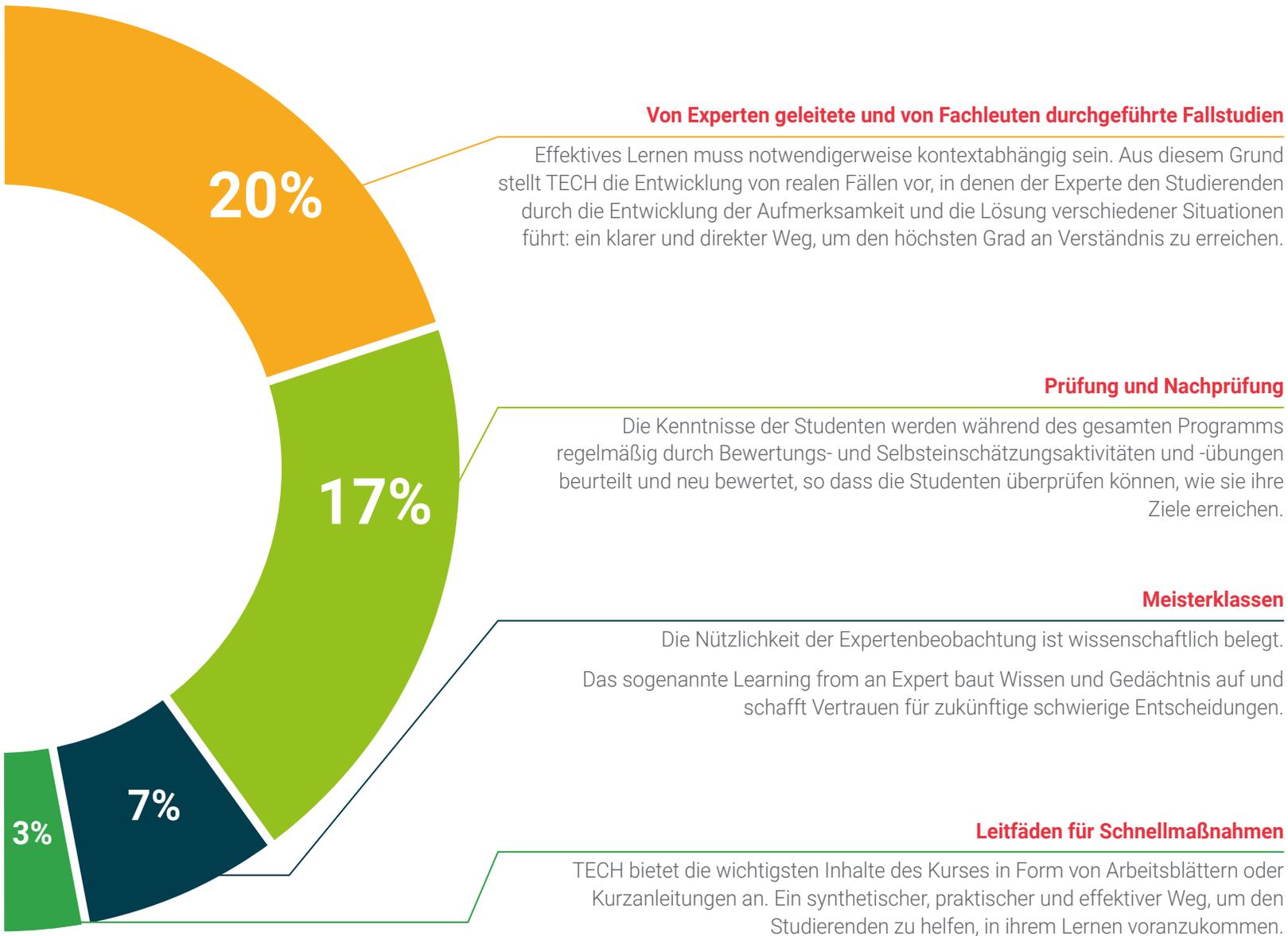
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Planung und Wirtschaftlich-Finanzielles Projektmanagement**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Planung und
Wirtschaftlich-Finanzielles
Projektmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Planung und Wirtschaftlich-
Finanzielles Projektmanagement

