

Privater Masterstudiengang MBA in Industriemanagement



tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang MBA in Industriemanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/ingenieurwissenschaften/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-industriemanagement

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 16

04

Kursleitung

Seite 20

05

Struktur und Inhalt

Seite 42

06

Methodik

Seite 58

07

Qualifizierung

Seite 66

01

Präsentation

Die Prozessoptimierung im Industriesektor ist ein Schlüsselement, wenn es darum geht, sich in einem stark globalisierten und sich verändernden Umfeld zu behaupten. In diesem Kontext muss der Ingenieur eingreifen und durch seine Fähigkeit, effektives, effizientes und ergebnisorientiertes Management zu betreiben, zu einem Faktor des Wandels für Unternehmen werden. Dieser akademische Studiengang wurde unter dieser Prämisse ins Leben gerufen. Er wird Fachleuten aus dem Bereich der Ingenieurwissenschaften die notwendigen Werkzeuge und Kenntnisse vermittelt, um die von der Industrie geforderte Anpassung zu erreichen und so bessere Wettbewerbsbedingungen, Erfolg und damit auch mehr Arbeitsplätze zu schaffen.





“

In einem stark fluktuierenden und globalisierten industriellen Umfeld ist es für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, über einen Ingenieur zu verfügen, der in der Lage ist, Unternehmensführung zu betreiben. Wenn Sie diese Fachkraft sein wollen, zögern Sie nicht und aktualisieren Sie Ihr Wissen mit TECH"

Das stark globalisierte und wettbewerbsorientierte Umfeld von heute zwingt Unternehmen dazu, hocheffiziente Arbeitsumgebungen zu schaffen, um ihre Ziele zu erreichen. Um dies zu erreichen, müssen Unternehmen über Ingenieure verfügen, die in der Lage sind, die besten Instrumente für ein wettbewerbsfähiges und effizientes Management zu nutzen, um sich jederzeit an die Bedürfnisse des Marktes anpassen zu können. Dieser private Masterstudiengang vermittelt das nötige Handwerkszeug und Wissen, um diese Anpassung zu erreichen und unter den besten Bedingungen konkurrieren zu können.

Dieser private Masterstudiengang, der speziell für Fachleute aus dem Ingenieurwesen konzipiert wurde, vertieft daher alle Aspekte des industriellen Managements und bietet einen besseren Überblick, um bessere Entscheidungen treffen zu können. Zu diesem Zweck stützt sich das Programm auf renommierte Fachleute, die über fundierte Kenntnisse und umfangreiche Erfahrungen verfügen, um den vermittelten Lehrinhalten einen hohen Wert beizumessen.

Der Inhalt verbindet theoretische Aspekte mit einem äußerst praktischen Ansatz, der den Ingenieuren ein tiefgreifendes Wissen über die Realität eines Industrieunternehmens vermittelt. Auf diese Weise wird die Fachkraft die Fähigkeit und die Instrumente erhalten, die sie benötigt, um alle Aspekte des industriellen Managements effizient zu verwalten, damit sie sowohl in der Gegenwart als auch in einer Zukunft voller Herausforderungen, Chancen und Veränderungen angemessen konkurrieren kann.

Dadurch wird dieses Programm Fachleuten aus dem Bereich der Ingenieurwissenschaften eine Erneuerung des Wissens vermitteln, die sie an die Spitze der neuesten Entwicklungen in jedem der Wissensbereiche bringt.

Dieser **MBA in Industriemanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung praktischer Fallstudien, die von technischen Experten vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Absolvieren Sie dieses umfassende Programm und beginnen Sie, Ihrer Karriere neuen Auftrieb zu geben"

“

Da das Programm online angeboten wird, kann die Fachkraft studieren, wo und wann sie will. Alles, was sie benötigt, ist ein elektronisches Gerät mit einer Internetverbindung"

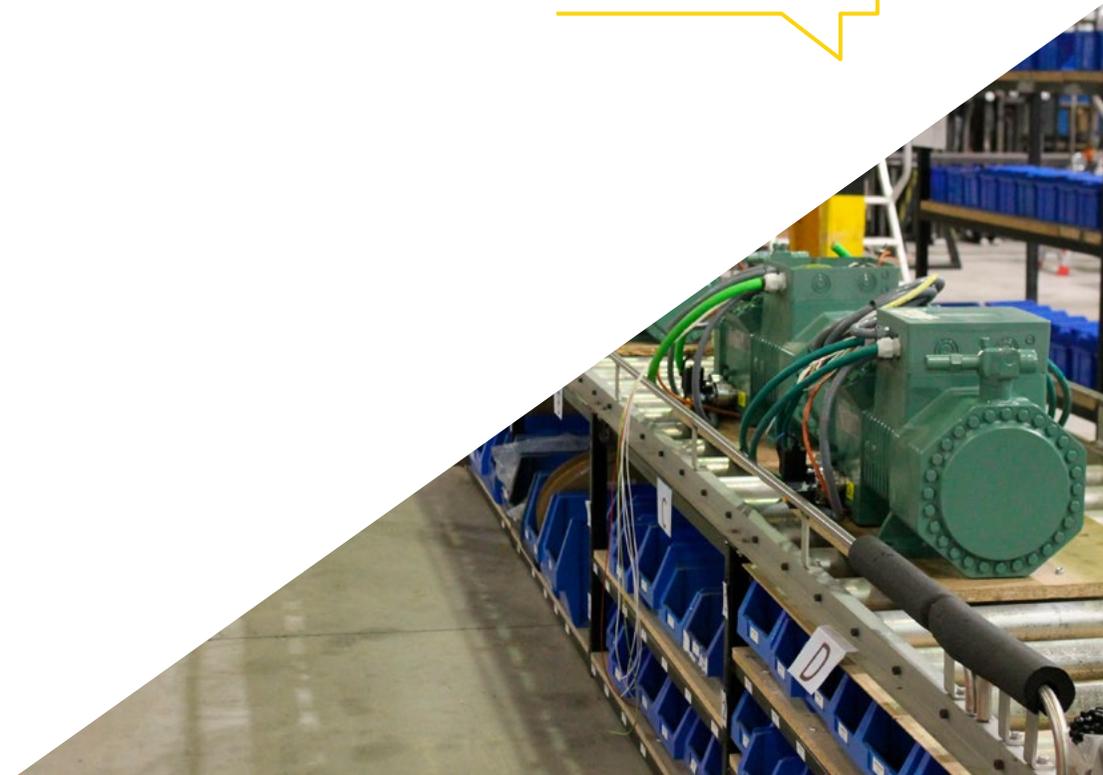
Zu den Lehrkräften des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Gesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die sich im Laufe des Studiengangs ergeben. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Ein hochrangiges Programm wie dieses ist besonders für Ingenieure geeignet, die ihr berufliches Profil erweitern möchten.

Vertiefen Sie Ihr Wissen und werden Sie ein Experte im Bereich Management für Industrieunternehmen.



02 Ziele

Dieser private Masterstudiengang wird es den Studenten ermöglichen, sich die notwendigen Kompetenzen anzueignen, um ihre Kenntnisse in diesem Beruf auf den neuesten Stand zu bringen, nachdem sie sich eingehend mit den wichtigsten Aspekten des Industriemanagements, das ein Ingenieur ausüben muss, beschäftigt haben. Das Wissen, das in die Entwicklung der Punkte des Lehrplans eingeflossen ist, wird die Fachkraft von einer globalen Perspektive aus leiten, mit einer umfassenden Fortbildung für das Erreichen der vorgeschlagenen Ziele. Auf diese Weise wird sie in einem vielseitigen, globalen und unverzichtbaren Bereich des Ingenieurwesens voll befähigt sein und zu Spitzenleistungen in einem Sektor gelangen, der sich ständig anpasst und wächst.





“

*Bei TECH dreht sich alles um Sie:
Geben Sie Ihrer Karriere den nötigen
Schub und spezialisieren sie Sich mit
vollem Erfolg auf den Industriesektor"*



Allgemeine Ziele

- ◆ Anwenden der wichtigsten strategischen Schlüssel für eine bessere Wettbewerbsfähigkeit in der heutigen und zukünftigen Zeit. Beherrschen der Instrumente zur Erzielung von Spitzenleistungen, Definieren der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung in der gesamten Organisation, Management nach Prozessen und strukturelle Typologie, die zur besseren Anpassung an Veränderungen eingesetzt werden kann. Sowie Aspekte, die für die Nachhaltigkeit, das Kundenmanagement, die Internationalisierung des Unternehmens und das Management des Wandels, der immer konstanter wird, zu berücksichtigen sind
- ◆ Verwalten von Projekten mit konventionellen und agilen Methoden
- ◆ Verwalten des Personalwesens in angemessener Weise, so dass es dem Unternehmen das volle Potenzial bieten kann, das von ihm verlangt wird, und den größtmöglichen Wert liefert
- ◆ Interpretieren der wirtschaftlichen und finanziellen Daten des Unternehmens, und gleichzeitig in der Lage sein, die notwendigen Instrumente für eine bessere Verwaltung aller Aspekte im Zusammenhang mit den Unternehmensfinanzen zu nutzen und zu entwickeln
- ◆ Verwalten der notwendigen Schritte und Phasen bei der Konzeption und Entwicklung neuer Produkte
- ◆ Planen und Kontrollieren der Produktion, um die Ressourcen zu optimieren und sich bestmöglich an die Nachfrage anzupassen
- ◆ Verwalten der Qualität im gesamten Unternehmen und Anwenden der wichtigsten Instrumente zur kontinuierlichen Verbesserung von Produkten und Prozessen
- ◆ Anwenden der Arbeitsphilosophie des *Lean Manufacturing* mit dem Ziel, Verschwendung zu reduzieren, um die Ressourcen zu optimieren und dem Unternehmen die notwendige Flexibilität und Reaktion auf die Marktanforderungen zu ermöglichen
- ◆ Entwickeln eines besseren Managements der gesamten Lieferkette und Verbessern des Materialflusses von den Lieferanten bis zum Versand der Produkte an den Kunden
- ◆ Verwenden und Weiterentwickeln der neuesten Trends in den Bereichen Digitalisierung und Industrie 4.0, um besser auf den Wettbewerb in neuen und sich schnell verändernden Märkten vorbereitet zu sein





Spezifische Ziele

Modul 1. Strategische Schlüssel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit

- ♦ Kennen der Bedeutung von Exzellenz und wie man sie misst
- ♦ Definieren der Strategie für den Wettbewerb
- ♦ Implementieren und Umsetzen der Strategie im gesamten Unternehmen mithilfe der *Balanced Scorecard*
- ♦ Entdecken, Definieren und Verwalten der grundlegenden Prozesse der Wertschöpfung im Unternehmen
- ♦ Analysieren der verschiedenen Strukturtypologien, die es gibt, und des neuen Trends, dass agile Organisationen entwickelt werden müssen, die schnell auf das turbulente Umfeld reagieren können
- ♦ Definieren der fundamentalen Grundlagen für die Entwicklung eines neuen Unternehmens mit Hilfe wichtiger Arbeitsmethodologien
- ♦ Implementieren und Entwickeln von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung im Unternehmen
- ♦ Angemessenes Verwalten der Kundenbeziehungen
- ♦ Vertiefen des Aspekts der Internationalisierung der Geschäftstätigkeit des Unternehmens
- ♦ Verwalten des Wandels in angemessener Weise und dessen Integration als eine Notwendigkeit für das Unternehmen, um in einem wettbewerbsintensiven Umfeld voranzukommen und Fortschritte zu erzielen

Modul 2. Projektmanagement

- ♦ Festlegen der Projektziele
- ♦ Identifizieren des Geschäftswerts eines Projekts
- ♦ Definieren der Faktoren für den Start eines Projekts
- ♦ Erwerben der Kompetenzen eines Projektmanagers
- ♦ Identifizieren und Verwalten von Beschränkungen und Interessengruppen in einem Projekt
- ♦ Ermitteln der Beziehung zwischen Projektmanagement und Unternehmensstrategie
- ♦ Entwickeln von Verfahren und bewährten Praktiken im Projektmanagement
- ♦ Sich beruflich als Projektmanager weiterentwickeln

Modul 3. Führung und Personalmanagement

- ♦ Analysieren des eigenen Führungs-, Motivations- und Kommunikationsstils und Aufzeigen effektiver Verhaltensweisen, die am besten geeignet sind, Engagement und Teamgeist zu fördern und die Verantwortlichkeit der Mitarbeiter zu stärken
- ♦ Vertiefen der Erkennung, Entwicklung und Bindung von Talenten sowie der verschiedenen Instrumente für die Erfassung von Talenten im Unternehmen
- ♦ Analysieren der Aspekte, die bei der Leistungsbeurteilung Ihres Teams wichtig sind, und deren erfolgreiche Umsetzung im Einklang mit der Strategie des Unternehmens
- ♦ Wissen, wie man Fortbildungspläne entsprechend den Bedürfnissen des Unternehmens programmiert
- ♦ Analysieren der wichtigsten Indikatoren für das Personalmanagement und wissen, wie man die Informationen, die sie liefern, nutzt
- ♦ Erkennen möglicher Risikosituationen in der Personalverwaltung, bevor sie sich negativ auf die Organisation auswirken, Umsetzen von Präventivmaßnahmen

Modul 4. Unternehmensfinanzen. Ein wirtschaftlicher und finanzieller Ansatz

- ♦ Durchführen einer umfassenden Analyse des aktuellen Geschäftsumfelds
- ♦ Interpretieren einer Bilanz zur Vermeidung zukünftiger Risiken
- ♦ Erstellen, Analysieren und Berichten der Gewinn- und Verlustrechnung an das Managementteam, um die Entscheidungsfindung zu erleichtern
- ♦ Erstellen zuverlässiger Prognosen und Verwalten und Überwachen des Cashflows des Unternehmens
- ♦ Kennen der S/T- und L/T-Finanzierungsinstrumente
- ♦ Effizientes Verwalten der Beziehungen zum Bankensektor
- ♦ Verwalten und Optimieren der im Unternehmen anfallenden Kosten
- ♦ Analysieren, Bewerten und Auswählen der besten Investitionsmöglichkeiten für das Unternehmen
- ♦ Beherrschen der buchhalterischen Perspektive für Unternehmensoperationen zwischen Gesellschaften
- ♦ Vertiefen unseres Engagements auf ausländischen Märkten, um unser Geschäft geografisch zu diversifizieren

Modul 5. Produktdesign und -entwicklung

- ♦ Vertiefen der Techniken, ihrer Phasen und der Instrumente im Zusammenhang mit dem konzeptionellen Entwurf, der dem endgültigen Entwurf des Produkts vorausgeht, sowie der Übersetzung der Anforderungen des Endkunden in technische Spezifikationen, denen das Produkt entsprechen muss
- ♦ Festlegen aller „Akteure“, die im Design- und Entwicklungsprozess eines neuen Produkts berücksichtigt werden müssen, damit es in Bezug auf Qualität, Zeit, Kosten, Ressourcen, Kommunikation und Risiken korrekt funktioniert
- ♦ Detailliertes Aufschlüsseln des Entwurfsprozesses eines neuen Produkts vom CAD-Entwurf bis zur Vereinbarung, dass der Entwurf den Anforderungen entspricht, über die Analyse möglicher Fehler und Erstellung von Zeichnungen
- ♦ Analysieren der verfügbaren *Prototyping*-Optionen für eine korrekte Bewertung des ursprünglichen Entwurfs
- ♦ Analysieren im Detail der Phasen, die die Entwicklung des Herstellungsprozesses betreffen, bis das Produkt gemäß den ursprünglichen Anforderungen verfügbar ist
- ♦ Erwerben von detaillierten Kenntnissen über den Produktvalidierungsprozess, um sicherzustellen, dass dieser alle erwarteten Qualitätsanforderungen erfüllt
- ♦ Vertiefen der Prozesse der Innovation und des Technologietransfers für die Entwicklung neuer Produkte und Prozesse und die Etablierung eines neuen Stands der Technik

Modul 6. Produktionsplanung und -steuerung

- ♦ Erwerben detaillierter Kenntnisse über die Arbeitsdynamik von Produktionseinheiten und die Interaktion zwischen ihren Funktionen
- ♦ Verstehen der Rolle der Vorausplanung und Produktionsplanung bei der Reduzierung von Zwischenfällen und Problemen bei der Entwicklung von Produktionsaktivitäten
- ♦ Ansprechen der Bedeutung der Produktionsplanung als Schlüsselinstrument für die Rentabilität des Unternehmens
- ♦ Aneignen aller notwendigen Kenntnisse, um die in den Produktionsstätten erforderlichen kontinuierlichen Veränderungen zu leiten
- ♦ Entwickeln aller notwendigen Fähigkeiten, um die Anwendung der am stärksten kontrastierenden Produktionsplanungs- und Kontrollmethoden wie *Just-in-time* oder die Theorie der Beschränkungen zu verstehen
- ♦ Analysieren der Bedeutung des Wartungsmanagements für die Aufrechterhaltung einer hohen Produktionseffizienz
- ♦ Überdenken der Bedeutung der Einführung von Organisationssystemen zur Verbesserung der Lieferzeiten und der unmittelbaren Reaktion auf die Marktanforderungen

Modul 7. *Lean Manufacturing*

- ♦ Vertiefen der Grundlagen des *Lean*-Denkens und seiner Hauptunterschiede im Vergleich zu traditionellen Fertigungsprozessen
- ♦ Analysieren der Verschwendung im Unternehmen, Unterscheidung des Wertes jedes Prozesses und der Arten von Verschwendung, die gefunden werden können
- ♦ Etablieren der 5S-Prinzipien und wie sie uns helfen können, die Produktivität zu verbessern, sowie unser Verständnis für ihre Umsetzung im Unternehmen zu vertiefen.
- ♦ Beherrschen der *Lean*-Diagnosetools
- ♦ Analysieren der operativen *Lean*-Tools wie SMED, JIDOKA, POKAYOKE, Chargenreduzierung und POUS
- ♦ Vertiefen der Bedeutung von *Lean*-Produktionsüberwachungs-, Planungs- und Steuerungsinstrumenten wie visuellem Management, Standardisierung, Produktionsnivellierung und zellulärer Fertigung
- ♦ Vertiefen der Grundsätze der Kaizen-Methode zur kontinuierlichen Verbesserung und der verschiedenen Methoden sowie der wichtigsten Hindernisse, die bei der Umsetzung von Kaizen im Unternehmen auftreten können
- ♦ Analysieren des *Roadmap* für die Implementierung von *Lean* im Unternehmen, wobei die allgemeinen Aspekte der Implementierung, die verschiedenen Phasen und die Erfolgsfaktoren für die Anwendung der *Lean*-Philosophie im Unternehmen näher betrachtet werden
- ♦ Identifizieren der KPIs, die helfen können, die Ergebnisse der *Lean*-Implementierung zu messen
- ♦ Untersuchen der Wichtigkeit der menschlichen Dimension von *Lean* und der Systeme zur Einbindung der Mitarbeiter als Erfolgsfaktor bei dessen Umsetzung

Modul 8. Qualitätsmanagement

- ♦ Verdeutlichen der Bedeutung des Qualitätsmanagements in allen Bereichen des Unternehmens
- ♦ Ermitteln der Qualitätskosten im Zusammenhang mit dem Qualitätsmanagement und Einführung eines Systems zur Überwachung und Verbesserung dieser Kosten
- ♦ Kennen der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 und wissen, wie man sie im Unternehmen umsetzt
- ♦ Analysieren der Normen ISO 14000 für Umwelt und ISO 45001 für Arbeitsrisiken und deren Integration in das Qualitätssystem, um doppelte Dokumentation zu vermeiden
- ♦ Vertiefen des EFQM-Modells in seiner neuen Ausgabe, um es im Unternehmen entwickeln zu können, um einen Schritt weiter in Richtung Exzellenz zu gehen
- ♦ Anwenden der wichtigsten Qualitätsinstrumente, die bei der Verwaltung und Verbesserung der Qualität von Produkten und Prozessen eingesetzt werden können
- ♦ Erkennen der Bedeutung der kontinuierlichen Verbesserung und der Anwendung der beiden wichtigsten Methoden: der PDCA-Zyklus mit der Anwendung auf die Umsetzung von *Lean Manufacturing* und *Six-Sigma*
- ♦ Vertiefen der Kenntnisse darüber, was Qualität bei Lieferanten bedeutet und wie man sie verwaltet, die verschiedenen Arten von Audits und wie man sie durchführt, Aspekte der Prüfung und des Labors
- ♦ Vertiefen der organisatorischen Aspekte, die für das Qualitätsmanagement im industriellen Umfeld wichtig sind

Modul 9. Die Logistikfunktion, der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit

- ♦ Erläutern der Herausforderungen der Logistikfunktion, ihrer wichtigsten Aktivitäten und der damit verbundenen Kosten sowie der Wertschöpfung der Logistikfunktion und Vertiefung der verschiedenen Arten von Lieferketten
- ♦ Entwickeln der verschiedenen Strategien zur Optimierung der Logistikfunktion
- ♦ Anwenden der Prinzipien der *Lean-Philosophie* auf das *Supply Chain Management* und die Anwendung eines *Lean-Systems* auf die Logistikfunktion
- ♦ Beherrschen der Verwaltung von Lagern und deren Automatisierung

- ♦ Verwalten von Beschaffungs- und Lieferantenbeziehungen und Entwickeln eines effektiven Beschaffungsmanagements
- ♦ Anwenden neuer Tools und Informationssysteme für die Steuerung der Logistikfunktion
- ♦ Kennen der Bedeutung des Managements der Rückwärtslogistik sowie die damit verbundenen Abläufe und Kosten im Detail
- ♦ Untersuchen der neuen Trends und Strategien in der Logistikfunktion und deren Umsetzung im Unternehmen
- ♦ Analysieren der differenzierenden Faktoren erfolgreicher Lieferketten und der differenzierenden Elemente der Wertschöpfungskette
- ♦ Vertiefen des Verständnisses der Pandemielogistik, der verschiedenen Szenarien und Analysieren der kritischen Punkte der Lieferkette im aktuellen Szenario sowie der Arten von Lieferketten für die Verteilung von Schlüsselementen wie Impfstoffen

Modul 10. Industrie 4.0 und Business Intelligence. Das digitalisierte Unternehmen

- ♦ Führen und Bewältigen der neuen Geschäftsmodelle und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung und Umsetzung von Industrie 4.0
- ♦ Vertiefen der Notwendigkeit der digitalen Transformation, die die neuen geschäftlichen Herausforderungen nahelegen, um die nahe Zukunft erfolgreich zu meistern
- ♦ Kennen und Prüfen von industriellen Automatisierungsprojekten als grundlegender Bestandteil der heutigen Produktions- und Managementprozesse
- ♦ Identifizieren und Interpretieren der Verwaltungssoftware der verschiedenen Abteilungen eines aktuellen Unternehmens
- ♦ Identifizieren der Software, die es ermöglicht, eine globale und transversale Sicht auf ein Unternehmen oder einen Geschäftsbereich zu erhalten
- ♦ Entdecken der Bedeutung von Daten für die Kontrolle, Überwachung, Verwaltung und Verbesserung eines Unternehmens
- ♦ Festlegen, wie Techniken des *Machine Learning* und der künstlichen Intelligenz dazu beitragen können, die aktuellen Probleme des Unternehmens zu lösen und seine Zukunft zu definieren und zu planen

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- ♦ Analysieren der Auswirkungen der Globalisierung auf die Unternehmensführung und Corporate Governance
- ♦ Beurteilen der Bedeutung einer effektiven Führung für das Management und den Erfolg von Unternehmen
- ♦ Definieren von interkulturellen Managementstrategien und deren Bedeutung in unterschiedlichen Geschäftsumgebungen
- ♦ Entwickeln von Führungsqualitäten und Verstehen der aktuellen Herausforderungen für Führungskräfte
- ♦ Bestimmen der Prinzipien und Praktiken der Unternehmensethik und deren Anwendung bei der Entscheidungsfindung in Unternehmen
- ♦ Strukturieren von Strategien zur Umsetzung und Verbesserung von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in Unternehmen

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

- ♦ Bestimmen der Beziehung zwischen strategischer Ausrichtung und Personalmanagement
- ♦ Vertiefen der Kompetenzen, die für ein effektives kompetenzbasiertes Personalmanagement erforderlich sind
- ♦ Vertiefen der Methoden für Leistungsbeurteilung und Leistungsmanagement
- ♦ Integrieren von Innovationen im Talentmanagement und deren Auswirkungen auf die Bindung und Loyalität des Personals
- ♦ Entwickeln von Strategien zur Motivation und Entwicklung von Hochleistungsteams
- ♦ Vorschlagen effektiver Lösungen für das Veränderungsmanagement und die Konfliktlösung in Organisationen

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- ♦ Analysieren der makroökonomischen Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf das nationale und internationale Finanzsystem
- ♦ Definieren von Informationssystemen und Business Intelligence für die finanzielle Entscheidungsfindung
- ♦ Unterscheiden wichtiger finanzieller Entscheidungen und Risikomanagement im Finanzmanagement
- ♦ Bewerten von Strategien für die Finanzplanung und die Beschaffung von Unternehmensfinanzierung

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- ♦ Strukturieren des konzeptionellen Rahmens und der Bedeutung des Marketingmanagements in Unternehmen
- ♦ Vertiefen der Schlüsselemente und Aktivitäten des Marketings und ihrer Auswirkungen auf die Organisation
- ♦ Bestimmen der Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- ♦ Bewerten von Strategien zur Verbesserung der Unternehmenskommunikation und des digitalen Rufs des Unternehmens

Modul 15. Geschäftsleitung

- ♦ Definieren des Konzepts des General Management und seiner Bedeutung für die Unternehmensführung
- ♦ Bewerten der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Managements in der Organisationskultur
- ♦ Analysieren der Bedeutung von Betriebsmanagement und Qualitätsmanagement in der Wertschöpfungskette
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten zur zwischenmenschlichen Kommunikation und zum Sprechen in der Öffentlichkeit für die Ausbildung von Pressesprechern

03

Kompetenzen

Nach Abschluss des Programms wird der Ingenieur in der Lage sein, Probleme im Zusammenhang mit dem Management von Unternehmen und Industrieprojekten zu erkennen und zu lösen. All dies dank einer einzigartigen Methodik und der Unterstützung der Experten, die sie entwickelt haben. Auf diese Weise garantiert TECH den Studenten qualitativ hochwertige Inhalte, die ihren Erwartungen entsprechen und ihnen die Möglichkeit geben, sich in ihrem Arbeitsbereich zu profilieren. Sie werden qualifiziert sein, die verschiedenen Aufgaben im Zusammenhang mit diesem privaten Masterstudiengang zu erfüllen, zusammen mit den innovativsten Vorschlägen in diesem Bereich, die Sie zu Spitzenleistungen führen werden.





“

Die Globalisierung und der digitale Wandel zwingen Unternehmen dazu, hervorragend qualifizierte Ingenieure einzustellen, um Prozesse zu steuern. Mit diesem privaten Masterstudiengang werden Sie die notwendigen Kompetenzen erwerben, um erfolgreich in diesem Bereich zu arbeiten"



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Beherrschen der notwendigen Instrumente für das industrielle Management im internationalen Kontext, durch die Entwicklung von Projekten und Betriebsplänen
- ♦ Anwenden der erworbenen Kenntnisse und Problemlösungsfähigkeiten in aktuellen und globalen Umgebungen innerhalb breiterer Kontexte im Zusammenhang mit dem Industriesektor
- ♦ In der Lage sein, Wissen zu integrieren und ein tiefgreifendes Verständnis für die verschiedenen Anwendungen des industriellen Managements und die Bedeutung ihrer Anwendung in der heutigen Welt zu erlangen
- ♦ Verstehen und Verinnerlichen des Umfangs der digitalen und industriellen Transformation, die auf Industriesysteme angewendet wird, um Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit auf dem heutigen Markt zu erreichen
- ♦ In der Lage sein, eine kritische Analyse, Bewertung und Synthese neuer und komplexer Ideen auf dem Gebiet des industriellen Managements im Ingenieurwesen durchzuführen
- ♦ In der Lage sein, in beruflichen Kontexten den technologischen, sozialen oder kulturellen Fortschritt in einer wissensbasierten Gesellschaft zu fördern und dabei nachhaltigen Grundsätzen zu folgen





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Verwalten aller Aspekte des industriellen Managements, um sowohl in der Gegenwart als auch in einer Zukunft voller Herausforderungen, Chancen und Veränderungen wettbewerbsfähig zu sein
- ♦ Anwenden der wichtigsten strategischen Schlüssel für eine bessere Wettbewerbsfähigkeit in der heutigen und zukünftigen Zeit
- ♦ Beherrschen der Instrumente zur Erreichung von Exzellenz, Definieren der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung in der gesamten Organisation, Management nach Prozessen und strukturelle Typologie zur besseren Anpassung an Veränderungen sowie Aspekte, die im Hinblick auf die Nachhaltigkeit, das Kundenmanagement, die Internationalisierung des Unternehmens und das Management des Wandels, der immer konstanter wird, berücksichtigt werden müssen
- ♦ Verwalten von Projekten mit konventionellen und agilen Methoden
- ♦ Verwalten des Personalwesens in angemessener Weise, so dass es dem Unternehmen das volle Potenzial bieten kann, das von ihm verlangt wird, und den größtmöglichen Wert liefert
- ♦ Interpretieren der wirtschaftlichen und finanziellen Daten des Unternehmens, und gleichzeitig in der Lage sein, die notwendigen Instrumente für eine bessere Verwaltung aller Aspekte im Zusammenhang mit den Unternehmensfinanzen zu nutzen und zu entwickeln
- ♦ Verwalten der notwendigen Schritte und Phasen bei der Konzeption und Entwicklung neuer Produkte
- ♦ Planen und Kontrollieren der Produktion, um die Ressourcen zu optimieren und sich bestmöglich an die Nachfrage anzupassen
- ♦ Verwalten der Qualität im gesamten Unternehmen und Anwenden der wichtigsten Instrumente zur kontinuierlichen Verbesserung von Produkten und Prozessen
- ♦ Anwenden der Arbeitsphilosophie des *Lean Manufacturing* mit dem Ziel, Verschwendung zu reduzieren, um die Ressourcen zu optimieren und dem Unternehmen die notwendige Flexibilität und Reaktion auf die Marktanforderungen zu ermöglichen
- ♦ Entwickeln eines besseren Managements der gesamten Lieferkette und Verbessern des Materialflusses von den Lieferanten bis zum Versand der Produkte an den Kunden
- ♦ Verwenden und Weiterentwickeln der neuesten Trends in den Bereichen Digitalisierung und Industrie 4.0, um besser auf den Wettbewerb in neuen und sich schnell verändernden Märkten vorbereitet zu sein



Die Verbesserung Ihrer Kompetenzen in einem Dienst für alle wird Ihre berufliche und persönliche Karriere fördern"

04

Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehört eine Gruppe von führenden Ingenieuren in allen Aspekten des Projektmanagements und des MBA in Industriemanagement, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Spezialisten aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die die Fortbildung auf interdisziplinäre Weise vervollständigen und sie so zu einer einzigartigen und sehr nahrhaften Erfahrung auf akademischem Niveau für den Studenten machen.





“

Lernen Sie von führenden Experten die neuesten Trends im MBA in Industriemanagement und werden Sie ein Experte auf dem Gebiet"

Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler **Talentakquisitionsteams** ist Jennifer Dove eine Expertin für **Personalbeschaffung** und **Strategie im Technologiebereich**. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie leitende Positionen in verschiedenen Technologieorganisationen von **Fortune-50-Unternehmen** inne, darunter **NBC Universal** und **Comcast**. Ihre Erfolgsbilanz hat es ihr ermöglicht, sich in wettbewerbsintensiven, wachstumsstarken Umgebungen auszuzeichnen.

Als **Vizepräsidentin für Talentakquise** bei **Mastercard** ist sie für die Überwachung der Strategie und Durchführung des Talent Onboarding verantwortlich und arbeitet mit Geschäftsführern und **Personalleitern** zusammen, um operative und strategische Einstellungsziele zu erreichen. Ihr Ziel ist es insbesondere, **vielfältige, integrative und leistungsstarke Teams** aufzubauen, die die Innovation und das Wachstum der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorantreiben. Darüber hinaus ist sie Expertin für den Einsatz von Instrumenten zur Gewinnung und Bindung der besten Mitarbeiter aus aller Welt. Zudem ist sie für die **Stärkung der Arbeitgebermarke** und des Wertversprechens von **Mastercard** durch Publikationen, Veranstaltungen und soziale Medien verantwortlich.

Jennifer Dove hat ihr Engagement für eine kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung unter Beweis gestellt, indem sie sich aktiv an Netzwerken von **Personalfachleuten** beteiligt und zur Eingliederung zahlreicher Mitarbeiter in verschiedenen Unternehmen beigetragen hat. Nach ihrem Hochschulabschluss in **Organisationskommunikation** an der Universität von **Miami** hatte sie leitende Positionen im Recruiting bei Unternehmen in verschiedenen Bereichen inne.

Darüber hinaus wurde sie für ihre Fähigkeit anerkannt, organisatorische Umgestaltungen zu leiten, **Technologien in Einstellungsprozesse zu integrieren** und Führungsprogramme zu entwickeln, die Einrichtungen auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Außerdem hat sie erfolgreich **Wellness-Programme** eingeführt, die die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter deutlich erhöht haben.



Fr. Dove, Jennifer

- Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard, New York, USA
- Direktorin für Talentakquise bei NBC Universal, New York, USA
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Comcast
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Rite Hire Advisory
- Geschäftsführende Vizepräsidentin, Verkaufsabteilung bei Ardor NY Real Estate
- Direktorin für Personalbeschaffung bei Valerie August & Associates
- Kundenbetreuerin bei BNC
- Kundenbetreuerin bei Vault
- Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami

“

TECH verfügt über eine angesehene und spezialisierte Gruppe von internationalen Gastdirektoren, die wichtige Führungspositionen in den innovativsten Unternehmen auf dem Weltmarkt innehaben"

Internationaler Gastdirektor

Rick Gauthier ist eine Führungspersönlichkeit im Technologiebereich mit jahrzehntelanger Erfahrung in **führenden multinationalen Technologieunternehmen**. Er hat sich auf dem Gebiet der **Cloud-Services** und der Verbesserung von End-to-End-Prozessen profiliert. Er gilt als äußerst effektiver Teamleiter und Manager, der ein natürliches Talent dafür hat, ein hohes Maß an Engagement bei seinen Mitarbeitern sicherzustellen.

Er ist ein Naturtalent in Sachen Strategie und Innovation in der Geschäftsführung, entwickelt neue Ideen und untermauert seinen Erfolg mit hochwertigen Daten. Seine Erfahrung bei **Amazon** hat es ihm ermöglicht, die IT-Dienste des Unternehmens in den USA zu verwalten und zu integrieren. Bei **Microsoft** leitete er ein Team von 104 Mitarbeitern, das für die Bereitstellung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur und die Unterstützung der Produktentwicklungsabteilungen im gesamten Unternehmen verantwortlich war.

Diese Erfahrung hat ihn zu einem herausragenden Manager mit bemerkenswerten Fähigkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und allgemeinen Kundenzufriedenheit gemacht.



Hr. Gauthier, Rick

- Regionaler IT-Manager - Amazon, Seattle, Vereinigte Staaten
- Senior Programm-Manager bei Amazon
- Vizepräsident bei Wimmer Solutions
- Senior Manager für technische Produktivitätsdienste bei Microsoft
- Hochschulabschluss in Cybersicherheit von der Western Governors University
- Technisches Zertifikat in *Commercial Diving* von Divers Institute of Technology
- Hochschulabschluss in Umweltstudien vom The Evergreen State College

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

Internationaler Gastdirektor

Romi Arman ist ein renommierter internationaler Experte mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in den Bereichen **digitale Transformation, Marketing, Strategie und Beratung**. Im Laufe seiner langen Karriere hat er viele Risiken auf sich genommen und ist ein ständiger **Verfechter** von **Innovation** und **Wandel** im Geschäftsumfeld. Mit dieser Expertise hat er mit CEOs und Unternehmensorganisationen auf der ganzen Welt zusammengearbeitet und sie dazu gebracht, sich von traditionellen Geschäftsmodellen zu lösen. Auf diese Weise hat er Unternehmen wie Shell Energy geholfen, **echte Marktführer** zu werden, die sich auf ihre **Kunden** und die **digitale Welt** konzentrieren.

Die von Arman entwickelten Strategien haben eine latente Wirkung, denn sie haben es mehreren Unternehmen ermöglicht, die **Erfahrungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen zu verbessern**. Der Erfolg dieses Experten ist durch greifbare Kennzahlen wie **CSAT, Mitarbeiterengagement** in den Institutionen, für die er tätig war, und das Wachstum des Finanzindikators **EBITDA** in jeder von ihnen messbar.

Außerdem hat er in seiner beruflichen Laufbahn **Hochleistungsteams aufgebaut und geleitet**, die sogar für ihr **Transformationspotenzial** ausgezeichnet wurden. Speziell bei Shell hat er sich stets bemüht, drei Herausforderungen zu meistern: die komplexen **Anforderungen** der Kunden an die **Dekarbonisierung** zu erfüllen, eine „**kosteneffiziente Dekarbonisierung**“ zu unterstützen und eine fragmentierte **Daten-, Digital- und Technologielandschaft zu überarbeiten**. So haben seine Bemühungen gezeigt, dass es für einen nachhaltigen Erfolg unerlässlich ist, von den Bedürfnissen der Verbraucher auszugehen und die Grundlagen für die Transformation von Prozessen, Daten, Technologie und Kultur zu schaffen.

Andererseits zeichnet sich der Manager durch seine Beherrschung der **geschäftlichen Anwendungen von Künstlicher Intelligenz** aus, ein Fach, in dem er einen Aufbaustudiengang an der London Business School absolviert hat. Gleichzeitig hat er Erfahrungen im Bereich **IoT** und **Salesforce** gesammelt.



Hr. Arman, Romi

- Direktor für digitale Transformation (CDO) bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Globaler Leiter für eCommerce und Kundenservice bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Nationaler Key Account Manager (Automobilhersteller und Einzelhandel) bei Shell in Kuala Lumpur, Malaysia
- Senior Management Consultant (Finanzdienstleistungssektor) für Accenture mit Sitz in Singapur
- Hochschulabschluss an der Universität von Leeds
- Aufbaustudiengang in Geschäftsanwendungen der KI für leitende Angestellte an der London Business School
- Zertifizierung zum CCXP Customer Experience Professional
- Kurs in Digitale Transformation für Führungskräfte von IMD

“

Möchten Sie Ihr Wissen mit höchster pädagogischer Qualität aktualisieren? TECH bietet Ihnen die aktuellsten Inhalte auf dem akademischen Markt, die von authentischen Experten von internationalem Prestige entwickelt wurden"

Internationaler Gastdirektor

Manuel Arens ist ein erfahrener Experte für Datenmanagement und Leiter eines hochqualifizierten Teams. Arens ist globaler Einkaufsleiter in der Abteilung für technische Infrastruktur und Rechenzentren von Google, wo er den größten Teil seiner Karriere verbracht hat. Von Mountain View, Kalifornien, aus hat er Lösungen für die operativen Herausforderungen des Tech-Giganten erarbeitet, wie beispielsweise die **Integrität von Stammdaten**, die **Aktualisierung von Lieferantendaten** und die **Priorisierung von Lieferanten**. Er hat die Planung der Lieferkette von Rechenzentren und die Risikobewertung von Lieferanten geleitet und dabei Prozessverbesserungen und ein Workflow-Management geschaffen, die zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt haben.

Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Bereitstellung digitaler Lösungen und der Führung von Unternehmen in verschiedenen Branchen verfügt er über umfassende Erfahrung in allen Aspekten der Bereitstellung strategischer Lösungen, einschließlich **Marketing, Medienanalyse, Messung und Attribution**. Für seine Arbeit hat er mehrere Auszeichnungen erhalten, darunter den **BIM Leadership Preis**, den **Search Leadership Preis**, den **Preis für das Programm zur Leadgenerierung im Export** und den **Preis für das beste Vertriebsmodell von EMEA**.

Arens war auch als **Vertriebsleiter** in Dublin, Irland, tätig. In dieser Funktion baute er innerhalb von drei Jahren ein Team von 4 auf 14 Mitarbeiter auf und führte das Vertriebsteam so, dass es Ergebnisse erzielte und gut miteinander und mit funktionsübergreifenden Teams zusammenarbeitete. Außerdem war er als **Senior Industrieanalyst** in Hamburg tätig und erstellte Storylines für über 150 Kunden, wobei er interne und externe Tools zur Unterstützung der Analyse einsetzte. Er entwickelte und verfasste ausführliche Berichte, in denen er sein Fachwissen unter Beweis stellte, einschließlich des Verständnisses der **makroökonomischen und politischen/regulatorischen Faktoren**, die die Einführung und Verbreitung von Technologien beeinflussen.

Er hat auch Teams bei Unternehmen wie **Eaton, Airbus und Siemens** geleitet, wo er wertvolle Erfahrungen im Kunden- und Lieferkettenmanagement sammeln konnte. Er zeichnet sich besonders dadurch aus, dass er die Erwartungen immer wieder übertrifft, indem er wertvolle Kundenbeziehungen aufbaut und **nahtlos mit Menschen auf allen Ebenen eines Unternehmens** zusammenarbeitet, einschließlich Stakeholdern, Management, Teammitgliedern und Kunden. Sein datengesteuerter Ansatz und seine Fähigkeit, innovative und skalierbare Lösungen für die Herausforderungen der Branche zu entwickeln, haben ihn zu einer führenden Persönlichkeit in seinem Bereich gemacht.



Hr. Arens, Manuel

- Globaler Einkaufsleiter bei Google, Mountain View, USA
- Senior B2B Analytics and Technology Manager bei Google, USA
- Vertriebsleiter bei Google, Irland
- Senior Industrial Analyst bei Google, Deutschland
- Kundenbetreuer bei Google, Irland
- Accounts Payable bei Eaton, UK
- Lieferkettenmanager bei Airbus, Deutschland

“

Setzen Sie auf TECH! Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien haben, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind und von international anerkannten Spezialisten auf diesem Gebiet umgesetzt werden“

Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren** und **konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität** und seine **Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein **ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein**, eine **Marktvision** und eine **echte Leidenschaft für die Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien für Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den Einzelhandel und die **Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des Produktmarketings in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung und Vermarktung verschiedener Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern für Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die Neudefinition ihrer **Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



Hr. La Sala, Andrea

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Bei TECH erwarten Sie die qualifiziertesten und erfahrensten internationalen Fachleute, die Ihnen einen erstklassigen Unterricht bieten, der auf dem neuesten Stand der Wissenschaft ist und auf den neuesten Erkenntnissen beruht. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"

Internationaler Gastdirektor

Mick Gram ist international ein Synonym für Innovation und Exzellenz im Bereich der **Business Intelligence**. Seine erfolgreiche Karriere ist mit Führungspositionen in multinationalen Unternehmen wie **Walmart** und **Red Bull** verbunden. Er ist auch bekannt für seine Vision, **aufkommende Technologien zu identifizieren**, die langfristig einen nachhaltigen Einfluss auf das Unternehmensumfeld haben.

Andererseits gilt er als **Pionier bei der Verwendung von Datenvisualisierungstechniken**, die komplexe Datensätze vereinfachen, sie zugänglich machen und die Entscheidungsfindung erleichtern. Diese Fähigkeit wurde zur Säule seines beruflichen Profils und machte ihn zu einem begehrten Aktivposten für viele Organisationen, die auf das **Sammeln von Informationen und darauf basierende konkrete Maßnahmen** setzen.

Eines seiner herausragendsten Projekte der letzten Jahre war die **Plattform Walmart Data Cafe**, die größte ihrer Art weltweit, die in der Cloud für **Big Data-Analysen** verankert ist. Darüber hinaus war er als **Direktor für Business Intelligence bei Red Bull** tätig, wo er Bereiche wie **Verkauf, Vertrieb, Marketing und Lieferkettenoperationen** abdeckte. Sein Team wurde kürzlich für seine ständige Innovation bei der Nutzung der neuen API von Walmart Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

Was die Ausbildung betrifft, so verfügt die Führungskraft über mehrere Master- und Aufbaustudiengänge an renommierten Zentren wie der **Universität von Berkeley** in den Vereinigten Staaten und der **Universität von Kopenhagen** in Dänemark. Durch diese ständige Weiterbildung hat der Experte modernste Kompetenzen erlangt. So gilt er als **geborener Anführer der neuen globalen Wirtschaft**, in deren Mittelpunkt das Streben nach Daten und ihren unendlichen Möglichkeiten steht.



Hr. Gram, Mick

- Direktor für *Business Intelligence* und Analytik bei Red Bull, Los Angeles, USA
- Architekt für *Business Intelligence*-Lösungen für Walmart Data Café
- Unabhängiger Berater für *Business Intelligence* und *Data Science*
- Direktor für *Business Intelligence* bei Capgemini
- Chefanalyst bei Nordea
- Senior Berater für *Business Intelligence* bei SAS
- Executive Education in KI und Machine Learning am UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in E-Commerce an der Universität von Kopenhagen
- Hochschulabschluss und Masterstudiengang in Mathematik und Statistik an der Universität von Kopenhagen

“

Studieren Sie an der laut Forbes besten Online-Universität der Welt! In diesem MBA haben Sie Zugang zu einer umfangreichen Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen, die von international renommierten Professoren entwickelt wurden"

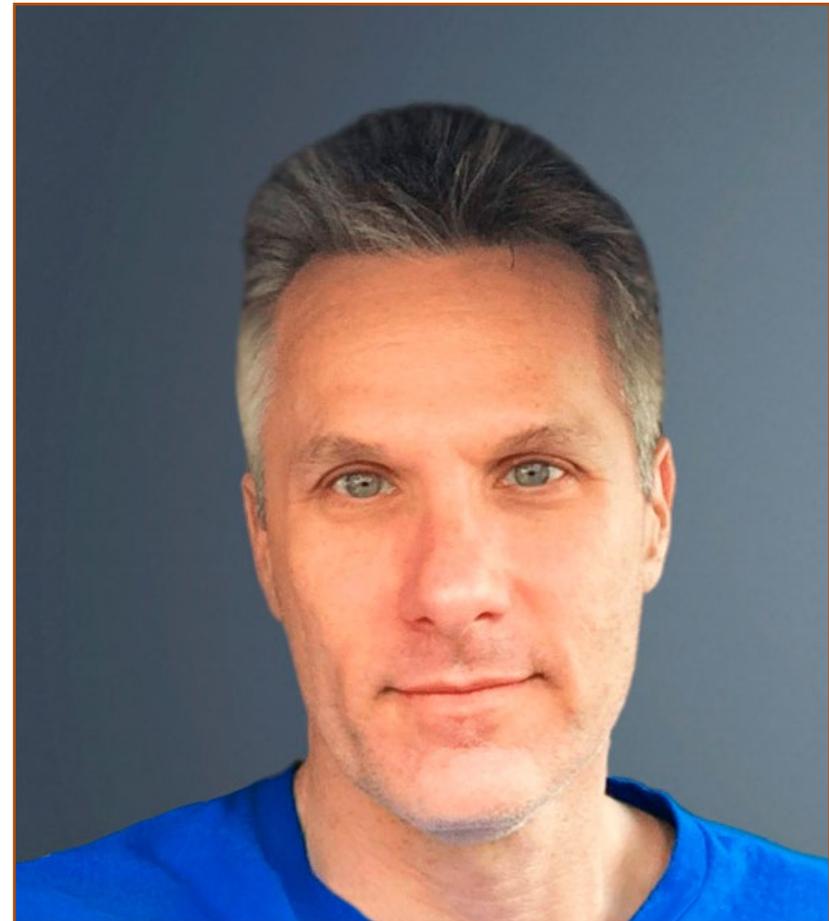
Internationaler Gastdirektor

Scott Stevenson ist ein angesehenes Experte für **digitales Marketing**, der seit über 19 Jahren für eines der mächtigsten Unternehmen der Unterhaltungsindustrie, **Warner Bros. Discovery**, tätig ist. In dieser Funktion war er maßgeblich an der **Überwachung der Logistik** und der **kreativen Arbeitsabläufe** auf mehreren digitalen Plattformen beteiligt, darunter soziale Medien, Suche, Display und lineare Medien.

Seine Führungsqualitäten haben entscheidend dazu beigetragen, die **Produktionsstrategien** für **bezahlte Medien** voranzutreiben, was zu einer deutlichen **Verbesserung der Konversionsraten** seines Unternehmens führte. Gleichzeitig hat er während seiner früheren Tätigkeit im Management desselben multinationalen Unternehmens andere Aufgaben übernommen, wie z. B. die des Marketingdirektors und des Verkehrsleiters.

Stevenson war auch am weltweiten Vertrieb von Videospielen und **digitalen Eigentumskampagnen** beteiligt. Außerdem war er für die Einführung operativer Strategien im Zusammenhang mit der Fortbildung, Fertigstellung und Lieferung von Ton- und Bildinhalten für **Fernsehwerbung und Trailer** verantwortlich.

Darüber hinaus hat er einen Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida und einen Masterstudiengang in Kreativem Schreiben von der Universität von Kalifornien absolviert, was seine Fähigkeiten in den Bereichen **Kommunikation** und **Storytelling** unter Beweis stellt. Außerdem hat er an der Fakultät für Berufliche Entwicklung der Universität Harvard an bahnbrechenden Programmen über den Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** in der **Wirtschaft** teilgenommen. Sein berufliches Profil ist somit eines der wichtigsten im Bereich **Marketing** und **digitale Medien**.



Hr. Stevenson, Scott

- Direktor für Marketingdienste bei Warner Bros. Discovery, Burbank, USA
- Verkehrsleiter bei Warner Bros. Entertainment
- Masterstudiengang in Kreatives Schreiben von der Universität von Kalifornien
- Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida

“

Erreichen Sie Ihre akademischen und beruflichen Ziele mit den am besten qualifizierten Experten der Welt! Die Dozenten dieses MBA werden Sie durch den gesamten Lernprozess begleiten"

Internationaler Gastdirektor

Dr. Eric Nyquist ist ein führender internationaler Sportexperte, der auf eine beeindruckende Karriere zurückblicken kann. Er ist bekannt für seine **strategischen Führungsqualitäten** und seine Fähigkeit, Veränderungen und **Innovationen** in **hochrangigen Sportorganisationen** voranzutreiben.

Er hatte unter anderem leitende Positionen als **Direktor für Kommunikation und Einfluss** bei **NASCAR in Florida, USA**, inne. Mit seiner langjährigen Erfahrung bei NASCAR hat Dr. Nyquist auch eine Reihe von Führungspositionen innegehabt, darunter **Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung** und **Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten**, wobei er mehr als ein Dutzend Disziplinen von der **strategischen Entwicklung** bis zum **Unterhaltungsmarketing** leitete.

Nyquist hat auch Chicagos **Top-Sportfranchises** einen bedeutenden Stempel aufgedrückt. Als **Geschäftsführender Vizepräsident** der **Chicago Bulls** und der **Chicago White Sox** hat er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, **geschäftliche und strategische Erfolge** in der Welt des Profisports zu erzielen.

Schließlich begann er seine Karriere im Sport, als er in **New York** als **leitender strategischer Analyst** für **Roger Goodell** in der **National Football League (NFL)** arbeitete und davor als **Rechtspraktikant** beim **Amerikanischen Fußballverband**.



Hr. Nyquist, Eric

- Direktor für Kommunikation und Einfluss, NASCAR, Florida, USA
- Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung, NASCAR, USA
- Vizepräsident für strategische Planung bei NASCAR
- Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten bei NASCAR
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago White Sox
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago Bulls
- Manager für Geschäftsplanung bei der National Football League (NFL)
- Praktikant für Geschäftsangelegenheiten/Recht beim amerikanischen Fußballverband
- Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Chicago
- Masterstudiengang in Betriebswirtschaft (MBA) an der Booth School of Business der Universität von Chicago
- Hochschulabschluss in Internationaler Wirtschaft am Carleton College

“

Dank dieses 100%igen Online-Universitätsabschlusses können Sie Ihr Studium mit Hilfe der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet, das Sie interessiert, mit Ihren täglichen Verpflichtungen verbinden. Schreiben Sie sich jetzt ein!”

Leitung



Dr. Asensi, Francisco Andrés

- ♦ Unternehmensberater und Spezialist für Industriemanagement und digitale Transformation
- ♦ Koordinator für Produktion und Logistik bei Idai Nature
- ♦ Coach in Strategischem Coaching
- ♦ Organisationsleiter bei Talleres Lemar
- ♦ Unternehmensorganisation und Management bei Lab Radio SA
- ♦ Promotion in Wirtschaftsingenieurwesen in Unternehmensorganisation an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Wirtschaftsingenieur in Industrieorganisation von der Polytechnischen Universität von Valencia

Professoren

Fr. Mollá Latorre, Korinna

- ♦ Leiterin der internationalen Projekte bei AITEX
- ♦ Direktorin für Betrieb und Logistik bei Colortex, SA
- ♦ Projekttechnikerin für das Institut für Spielzeugtechnologie
- ♦ Wirtschaftsingenieurin mit Spezialisierung auf industrielle Organisation von der Polytechnischen Universität von Valencia
- ♦ Mitglied der Amerikanischen Gesellschaft für Produktions- und Bestandskontrolle im Bereich Integriertes Ressourcenmanagement

Hr. Ibáñez Capella, Juan

- ♦ Projektleiter beim Technologiezentrum ITENE
- ♦ Projektleiter bei IDOM Consulting
- ♦ Leiter für Installationen und Projekte bei Power Electronics
- ♦ Leiter für Installationen bei der Firma Ferrovial
- ♦ Projekttechniker im Bereich Hoch- und Niederspannung, Solar-PV-Projekte
- ♦ Berater für Arbeiten im SOLMED-Werk für verzinkten Stahl in Sagunto, im Bahnhof des Hochgeschwindigkeitszuges AVE in Zaragoza und anderen

Hr. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- ♦ Technischer Spezialist und leitender Ingenieur bei SRG Global
- ♦ Ingenieur für Produktentwicklung bei SRG Global
- ♦ Hardware-Ingenieur bei DAO Logic
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftsingenieurwesen und Maschinenbau an der Polytechnischen Universität von Valencia

Hr. Giner Sanchis, David

- ♦ Portfolio- und Programm-Manager bei MAPFRE PMO
- ♦ Materialplaner und technischer Leiter bei IDOM Consulting
- ♦ Masterstudiengang in Projektmanagement an der Polytechnischen Universität von Valencia
- ♦ Offizieller Masterstudiengang in Projektmanagement an der Europäischen Universität von Valencia

Fr. Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Direktorin des Commercial Banking der Caja del Mediterráneo und des Banco Sabadell
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Valencia
- ♦ Technik und Fähigkeiten für Ausbilder. Autonome Universität von Barcelona
- ♦ Kurs für Filialleiter. Angeboten von Fundesem
- ♦ EFA-Zertifizierung der EPFA
- ♦ LCCI-Zertifizierung durch die Universität Carlos III
- ♦ II Kurs für Filialleiter, interne Schulung Sparkasse Mediterráneo, praktische und theoretische Ausbildung

Hr. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Fabrikleiter bei Zanotti Smart Solutions
- ♦ Projektleiter bei ADUM Consulting
- ♦ Betriebsleiter bei Istobal, SA
- ♦ Produktionsleiter bei SRG Global
- ♦ Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre an der Estema Business School
- ♦ Wirtschaftsingenieur an der Polytechnischen Universität von Valencia

Hr. Del Olmo Cárcer, Daniel

- ♦ Technischer Leiter bei Enira Engineering SL
- ♦ Leiter der Anlagentechnik bei NHK-Sogefi
- ♦ Leiter der technischen Entwicklung und Wartung bei Sealed Air Corporation
- ♦ Leiter der Anlagentechnik bei SRG Global
- ♦ Leiter der Anlagentechnik bei Toyota Production System
- ♦ Verfahreningenieur bei Zodiac Aerospace
- ♦ Projektingenieur bei Serfruit S.A. und Greefa
- ♦ Masterstudiengang MBA in Operations an der Europäischen Universität von Valencia

Hr. Navarro Jarque, Francisco

- ♦ Leiter der Personalabteilung bei Istobal SA
- ♦ Masterstudiengang in Personalmanagement an der Universität Ramón Llull
- ♦ Hochschulabschluss in Psychologie an der Autonomen Universität von Barcelona

Hr. Morado Vázquez, Eduardo

- ♦ Leiter des Industriebereichs für Bituminöse Weichmacher und Plastifizierungsmittel
- ♦ Leiter der Qualitätssicherung bei der Ford Motor Company
- ♦ Masterstudiengang in beruflicher Risikoprävention an der Universität von Alcalá de Henares
- ♦ Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre von ESTEMA



“

Dieses umfassende, aktuelle und hocheffiziente Programm bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Arbeitsfähigkeit zu steigern und sich unter den Besten der Branche zu behaupten"

05

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Studiengangs wurde auf der Grundlage der Anforderungen des auf den industriellen Bereich angewandten Ingenieurwesens entwickelt und folgt den vom Lehrteam dieses privaten Masterstudiengangs formulierten Anforderungen. Auf diese Weise wurde ein Lehrplan erstellt, dessen Module eine breite Perspektive des industriellen Managements von einem globalen Standpunkt aus vermitteln, um dessen Anwendung auf internationaler Ebene zu ermöglichen und alle Arbeitsbereiche einzubeziehen, die an der Entwicklung seiner Funktionen beteiligt sind. Auf diese Weise kann der Ingenieur sein Wissen aktualisieren und mit größerem Erfolg in diesem faszinierenden Bereich tätig werden.





“

TECH stellt Ihnen den vollständigsten Lehrplan für den MBA in Industriemanagement zur Verfügung. Nur so werden Sie alles Notwendige lernen, um in diesem Bereich zu arbeiten"

Modul 1. Strategische Schlüssel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit

- 1.1. Exzellenz im heutigen Unternehmen
 - 1.1.1. Anpassung an ein VUCA-Umfeld
 - 1.1.2. Zufriedenheit der Interessengruppen (*Stakeholders*)
 - 1.1.3. *World Class Manufacturing*
 - 1.1.4. Maßstab für Exzellenz: *Net Promoter Score*
- 1.2. Design der Unternehmensstrategie
 - 1.2.1. Allgemeiner Prozess der Festlegung der Strategie
 - 1.2.2. Definition der aktuellen Situation. Positionierungsmodelle
 - 1.2.3. Mögliche strategische Schritte
 - 1.2.4. Strategische Modelle für Aktionen
 - 1.2.5. Funktionale und organisatorische Strategien
 - 1.2.6. Umfeld- und Organisationsanalyse. DAFO-Analyse zur Entscheidungsfindung
- 1.3. Umsetzung der Strategie. *Balanced Scorecard*
 - 1.3.1. Mission, Vision, Werte und Handlungsgrundsätze
 - 1.3.2. Notwendigkeit einer *Balanced Scorecard*
 - 1.3.3. Perspektiven für die Verwendung im BSC
 - 1.3.4. Strategische Karte
 - 1.3.5. Phase zur Implementierung einer guten BSC
 - 1.3.6. Allgemeine Karte einer BSC
- 1.4. Prozessmanagement
 - 1.4.1. Beschreibung eines Prozesses
 - 1.4.2. Arten von Prozessen. Hauptprozesse
 - 1.4.3. Priorisierung von Prozessen
 - 1.4.4. Vertretung eines Prozesses
 - 1.4.5. Prozesse für Verbesserungen messen
 - 1.4.6. Prozesskarte
 - 1.4.7. Prozess-Reengineering
- 1.5. Strukturelle Typologien. Agile Organisationen. ERR
 - 1.5.1. Strukturelle Typologien
 - 1.5.2. Das Unternehmen als anpassungsfähiges System
 - 1.5.3. Das horizontale Unternehmen
 - 1.5.4. Hauptmerkmale und Faktoren agiler Organisationen (ERR)
 - 1.5.5. Organisationen der Zukunft: die TEAL-Organisation
- 1.6. Entwurf eines Geschäftsmodells
 - 1.6.1. Canvas-Modell für den Entwurf des Geschäftsmodells
 - 1.6.2. *Lean-Startup*-Methode bei der Gründung neuer Unternehmen und Produkte
 - 1.6.3. Die Strategie des blauen Ozeans
- 1.7. Soziale Verantwortung der Unternehmen und Nachhaltigkeit
 - 1.7.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR): ISO 26000
 - 1.7.2. Ziele der nachhaltigen Entwicklung
 - 1.7.3. Agenda 2030
- 1.8. *Customer Management*
 - 1.8.1. Die Notwendigkeit, Kundenbeziehungen zu verwalten
 - 1.8.2. Elemente des *Customer Management*
 - 1.8.3. Technologie und *Customer Management*. Das CRM
- 1.9. Management im internationalen Umfeld
 - 1.9.1. Die Bedeutung der Internationalisierung
 - 1.9.2. Diagnose des Exportpotenzials
 - 1.9.3. Ausarbeitung des Internationalisierungsplans
 - 1.9.4. Umsetzung des Internationalisierungsplans
 - 1.9.5. Instrumente zur Exportunterstützung
- 1.10. Änderungsmanagement
 - 1.10.1. Die Dynamik des Wandels in Unternehmen
 - 1.10.2. Hindernisse für Änderungen
 - 1.10.3. Faktoren für die Anpassung an Änderungen
 - 1.10.4. Kotter's Methodik für Änderungsmanagement

Modul 2. Projektmanagement

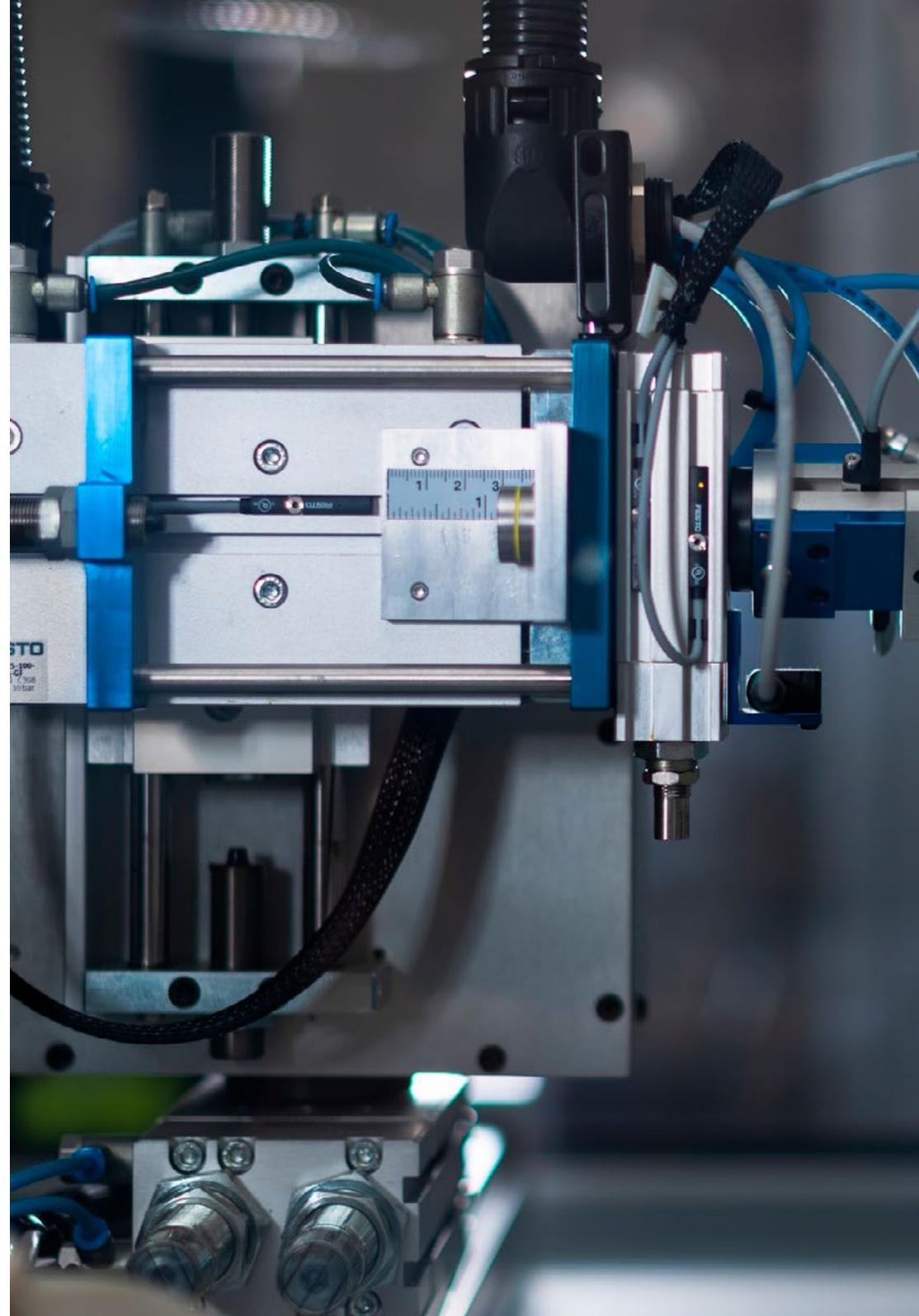
- 2.1. Das Projekt
 - 2.1.1. Grundlegende Elemente des Projekts
 - 2.1.2. Der Projektleiter
 - 2.1.3. Das Umfeld, in dem Projekte durchgeführt werden
- 2.2. Management des Projektumfangs
 - 2.2.1. Umfangsanalyse
 - 2.2.2. Planung des Projektumfangs
 - 2.2.3. Kontrolle des Projektumfangs
- 2.3. Terminplan-Management
 - 2.3.1. Die Bedeutung der Planung
 - 2.3.2. Verwalten der Projektplanung. *Project Schedule*
 - 2.3.3. Tendenzen des Zeitmanagements
- 2.4. Kostenmanagement
 - 2.4.1. Analyse der Projektkosten
 - 2.4.2. Finanzielle Auswahl der Projekte
 - 2.4.3. Planung der Projektkosten
 - 2.4.4. Kontrolle der Projektkosten
- 2.5. Qualität, Ressourcen und Beschaffung
 - 2.5.1. Totale Qualität und Projektmanagement
 - 2.5.2. Projekt-Ressourcen
 - 2.5.3. Beschaffung. Rekrutierungssystem
- 2.6. Projektbeteiligte und ihre Kommunikation
 - 2.6.1. Bedeutung der *Stakeholder*
 - 2.6.2. Management der *Stakeholder*
 - 2.6.3. Projekt-Kommunikation
- 2.7. Risikomanagement des Projekts
 - 2.7.1. Grundlegende Prinzipien des Risikomanagements
 - 2.7.2. Managementprozesse für das Risikomanagement von Projekten
 - 2.7.3. Tendenzen im Risikomanagement

- 2.8. Integriertes Projektmanagement
 - 2.8.1. Strategische Planung und Projektmanagement
 - 2.8.2. Projektmanagementplan
 - 2.8.3. Implementierung und Kontrollprozesse
 - 2.8.4. Abschluss des Projekts
- 2.9. Agile Methoden I: Scrum
 - 2.9.1. Grundsätze von Agil und Scrum
 - 2.9.2. Scrum-Team
 - 2.9.3. Scrum-Events
 - 2.9.4. Scrum-Artefakte
- 2.10. Agile Methoden II: *Kanban*
 - 2.10.1. Grundsätze von *Kanban*
 - 2.10.2. *Kanban* und Scrumban
 - 2.10.3. Zertifizierungen

Modul 3. Führung und Personalmanagement

- 3.1. Die Rolle der Führungskraft
 - 3.1.1. Führung im effektiven Personalmanagement
 - 3.1.2. Arten von Entscheidungsstilen im Personalmanagement
 - 3.1.3. Der Führer-Coach
 - 3.1.4. Selbstgesteuerte Teams und *Empowerment*
- 3.2. Motivation der Teams
 - 3.2.1. Bedürfnisse und Erwartungen
 - 3.2.2. Effektive Erkennung
 - 3.2.3. Wie der Zusammenhalt im Team gestärkt werden kann
- 3.3. Kommunikation und Konfliktlösung
 - 3.3.1. Intelligente Kommunikation
 - 3.3.2. Konstruktives Konfliktmanagement
 - 3.3.3. Problemlösungsstrategien

- 3.4. Emotionale Intelligenz im Personalmanagement
 - 3.4.1. Emotionen, Gefühlen und Gemütszuständen
 - 3.4.2. Emotionale Intelligenz
 - 3.4.3. Fähigkeitsmodell (Mayer und Salovey): Identifizierung, Nutzung, Verständnis und Verwaltung
 - 3.4.4. Emotionale Intelligenz und Personalauswahl
- 3.5. Indikatoren im Personalmanagement
 - 3.5.1. Produktivität
 - 3.5.2. Personalfuktuation
 - 3.5.3. Rate der Talentbindung
 - 3.5.4. Index der Mitarbeiterzufriedenheit
 - 3.5.5. Durchschnittliche Dauer der unbesetzten Stellen
 - 3.5.6. Durchschnittliche Schulungszeit
 - 3.5.7. Durchschnittliche Zeit bis zum Erreichen der Ziele
 - 3.5.8. Abwesenheitsquote
 - 3.5.9. Arbeitsunfälle
- 3.6. Leistungsbewertung
 - 3.6.1. Komponenten und Zyklus der Leistungsbewertung
 - 3.6.2. 360°-Bewertung
 - 3.6.3. Leistungsmanagement: ein Prozess und ein System
 - 3.6.4. Management nach Zielen
 - 3.6.5. Funktionsweise des Leistungsbewertungsprozesses
- 3.7. Schulungsplan
 - 3.7.1. Grundlegende Prinzipien
 - 3.7.2. Identifizierung des Schulungsbedarfs
 - 3.7.3. Schulungsplan
 - 3.7.4. Indikatoren für Schulung und Entwicklung
- 3.8. Identifizierung von Potenzial
 - 3.8.1. Das Potenzial
 - 3.8.2. *Soft Skills* als Schlüsselqualifikation für *High Potentials*
 - 3.8.3. Methoden zur Identifizierung von Potenzial: Bewertung der Lernfähigkeit (Lominger) und Wachstumsfaktoren



- 3.9. Die Talentkarte
 - 3.9.1. Vier-Felder-Matrix nach George Odiorne
 - 3.9.2. Neun-Felder-Matrix
 - 3.9.3. Strategische Maßnahmen für effektive Talentförderung
- 3.10. Talententwicklungsstrategie und ROI
 - 3.10.1. 70-20-10-Lernmodell für *Soft Skills*
 - 3.10.2. Karrierewege und Nachfolge
 - 3.10.3. Talent-ROI

Modul 4. Unternehmensfinanzen. Ein wirtschaftlicher und finanzieller Ansatz

- 4.1. Das Unternehmen in unserem Umfeld
 - 4.1.1. Produktionskosten
 - 4.1.2. Unternehmen in wettbewerbsintensiven Märkten
 - 4.1.3. Monopolistischer Wettbewerb
- 4.2. Analyse der Finanzberichte I: Die Bilanz
 - 4.2.1. Vermögenswerte. Kurz- und langfristige Ressourcen
 - 4.2.2. Verbindlichkeiten. Kurz- und langfristige Verpflichtungen
 - 4.2.3. Nettovermögen. Aktionärsrenditen
- 4.3. Analyse der Finanzberichte II: die Gewinn- und Verlustrechnung
 - 4.3.1. Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung. Einnahmen, Kosten, Ausgaben und Ergebnis
 - 4.3.2. Schlüsselkennzahlen für die Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
 - 4.3.3. Analyse der Rentabilität
- 4.4. Kassenverwaltung
 - 4.4.1. Inkasso und Zahlungen. *Cash-Forecast*
 - 4.4.2. Auswirkungen und Management von Liquiditätsdefiziten/-überschüssen. Korrekturmaßnahmen
 - 4.4.3. *Cashflow*-Analyse
 - 4.4.4. Verwaltung und Auswirkungen des Portfolios uneinbringlicher Forderungen
- 4.5. Kurz- und langfristige Finanzierungsquellen
 - 4.5.1. Kurzfristige Finanzierung, Instrumente
 - 4.5.2. Langfristige Finanzierung, Instrumente
 - 4.5.3. Zinssätze und ihre Struktur

- 4.6. Interaktion zwischen Unternehmen und Banken
 - 4.6.1. Finanzsystem und das Bankgeschäft
 - 4.6.2. Bankprodukte für Unternehmen
 - 4.6.3. Das von der Bank analysierte Unternehmen
- 4.7. Analytische oder Kostenrechnung
 - 4.7.1. Kostenpunkte. Kostenbasierte Entscheidungen
 - 4.7.2. *Full Costing*
 - 4.7.3. *Direct Costing*
 - 4.7.4. Aktivitätsbasiertes und standortbasiertes Kalkulationsmodell
- 4.8. Investitionsanalyse und -beurteilung
 - 4.8.1. Unternehmen und Investitionsentscheidungen. Szenarien und Situationen
 - 4.8.2. Bewertung der Investitionen
 - 4.8.3. Bewertung des Unternehmens
- 4.9. Unternehmensbuchhaltung
 - 4.9.1. Kapitalerhöhung und -herabsetzung
 - 4.9.2. Auflösung, Liquidation und Umwandlung von Unternehmen
 - 4.9.3. Zusammenschlüsse von Unternehmen: Fusionen und Übernahmen
- 4.10. Finanzierung des Außenhandels
 - 4.10.1. Auslandsmärkte: die Entscheidung für den Export
 - 4.10.2. Devisenmarkt
 - 4.10.3. Internationale Zahlungs- und Inkassomittel
 - 4.10.4. Transport, Incoterms und Versicherung

Modul 5. Produktdesign und -entwicklung

- 5.1. QFD in Produktdesign und -entwicklung (*Quality Function Deployment*)
 - 5.1.1. Von der Stimme des Kunden zu den technischen Anforderungen
 - 5.1.2. Das Haus der Qualität / Phasen für seine Entwicklung
 - 5.1.3. Vorteile und Beschränkungen
- 5.2. *Design Thinking*
 - 5.2.1. Design, Bedarf, Technologie und Strategie
 - 5.2.2. Prozess-Schritte
 - 5.2.3. Verwendete Techniken und Instrumente

- 5.3. Gleichzeitige Entwicklung
 - 5.3.1. Grundlagen der gleichzeitigen Entwicklung
 - 5.3.2. Methoden der gleichzeitigen Entwicklung
 - 5.3.3. Verwendete Tools
- 5.4. Programm. Planung und Definition
 - 5.4.1. Anforderungen. Qualitätsmanagement
 - 5.4.2. Phasen der Entwicklung. Zeitmanagement
 - 5.4.3. Materialien, Machbarkeit, Verfahren. Kostenmanagement
 - 5.4.4. Projektteam. Management der Humanressourcen
 - 5.4.5. Information. Kommunikationsmanagement
 - 5.4.6. Risikoanalyse. Risikomanagement
- 5.5. Produkt. Design (CAD) und Entwicklung
 - 5.5.1. Informationsmanagement/PLM/Produktlebenszyklus
 - 5.5.2. Modalitäten und Auswirkungen von Produktfehlern
 - 5.5.3. CAD-Konstruktion. Überprüfung
 - 5.5.4. Produkt- und Fertigungspläne
 - 5.5.5. Überprüfung des Designs
- 5.6. Prototypen. Entwicklung
 - 5.6.1. Schnelles *Prototyping*
 - 5.6.2. Kontrollplan
 - 5.6.3. Planung von Experimenten
 - 5.6.4. Analyse der Messsysteme
- 5.7. Produktionsprozess. Design und Entwicklung
 - 5.7.1. Modalitäten und Auswirkungen des Scheitern des Prozesses
 - 5.7.2. Entwurf und Konstruktion von Fertigungswerkzeugen
 - 5.7.3. Entwurf und Konstruktion von Prüfvorrichtungen
 - 5.7.4. Anpassungsphase
 - 5.7.5. In Produktion geben
 - 5.7.6. Erste Beurteilung des Prozesses
- 5.8. Produkt und Prozess. Validierung
 - 5.8.1. Bewertung der Messsysteme
 - 5.8.2. Validierungstests
 - 5.8.3. Statistische Prozesskontrolle (SPC)
 - 5.8.4. Produktzertifizierung

- 5.9. Änderungsmanagement. Verbesserung und Abhilfemaßnahmen
 - 5.9.1. Art der Änderung
 - 5.9.2. Analyse der Variabilität, Verbesserung
 - 5.9.3. Gelernte Lektionen und bewährte Praktiken
 - 5.9.4. Prozess der Änderung
- 5.10. Innovation und Technologietransfer
 - 5.10.1. Geistiges Eigentum
 - 5.10.2. Innovation
 - 5.10.3. Technologietransfer

Modul 6. Produktionsplanung und -steuerung

- 6.1. Phasen der Produktionsplanung
 - 6.1.1. Fortgeschrittene Planung
 - 6.1.2. Umsatzprognose, Methoden
 - 6.1.3. Definition von *Takt-Time*
 - 6.1.4. Materialplan-MRP–Minimalbestand
 - 6.1.5. Personalplan
 - 6.1.6. Bedarf an Ausrüstung
- 6.2. Produktionsplan
 - 6.2.1. Zu berücksichtigende Faktoren
 - 6.2.2. *Push*-Planung
 - 6.2.3. *Pull*-Planung
 - 6.2.4. Gemischte Systeme
- 6.3. *Kanban*
 - 6.3.1. *Kanban*-Arten
 - 6.3.2. Verwendung von *Kanban*
 - 6.3.3. Autonome Planung: 2-Bin *Kanban*
- 6.4. Produktionskontrolle
 - 6.4.1. Abweichungen vom Produktionsplan und Berichterstattung
 - 6.4.2. Überwachung der Produktionsleistung: OEE
 - 6.4.3. Überwachung der Gesamtkapazität: TEEP
- 6.5. Organisation der Produktion
 - 6.5.1. Produktionsmittel
 - 6.5.2. Verfahrenstechnik
 - 6.5.3. Instandhaltung
 - 6.5.4. Materialkontrolle
- 6.6. *Total Productive Maintenance* (TPM)
 - 6.6.1. Korrigierende Wartung
 - 6.6.2. Autonome Wartung
 - 6.6.3. Vorbeugende Wartung
 - 6.6.4. Prädiktive Wartung
 - 6.6.5. Indikatoren für die Effizienz der Wartung MTBF-MTTR
- 6.7. Anlagenlayout
 - 6.7.1. Konditionierende Faktoren
 - 6.7.2. Linienproduktion
 - 6.7.3. Produktion in Arbeitszellen
 - 6.7.4. Anwendungen
 - 6.7.5. SLP-Methodik
- 6.8. *Just-In-Time* (JIT)
 - 6.8.1. Beschreibung und Ursprünge von JIT
 - 6.8.2. Ziele
 - 6.8.3. JIT-Anwendungen. Produkt-Sequenzierung
- 6.9. Engpasstheorie (TOC)
 - 6.9.1. Grundlegende Prinzipien
 - 6.9.2. Die 5 Schritte der TOC und ihre Anwendung
 - 6.9.3. Vor- und Nachteile
- 6.10. *Quick Response Manufacturing* (QRM)
 - 6.10.1. Beschreibung
 - 6.10.2. Wichtige Punkte für die Strukturierung
 - 6.10.3. QRM-Implementierung

Modul 7. Lean Manufacturing

- 7.1. Lean-Denken
 - 7.1.1. Struktur des Lean-Systems
 - 7.1.2. Die Lean-Prinzipien
 - 7.1.3. Lean vs. traditionelle Fertigungsprozesse
- 7.2. Verschwendung im Unternehmen
 - 7.2.1. Bewertung vs. Verschwendung in Lean-Umgebungen
 - 7.2.2. Arten der Verschwendung (MUDA)
 - 7.2.3. Der Lean-Denkprozess
- 7.3. Die 5 S
 - 7.3.1. 5S-Prinzipien und wie sie zur Verbesserung der Produktivität beitragen können
 - 7.3.2. Die 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu und Shitsuke
 - 7.3.3. Implementierung der 5S im Unternehmen
- 7.4. Lean-Diagnosetools. VSM. Wertstromkarten
 - 7.4.1. Wertsteigernde Aktivitäten, notwendige Aktivitäten und nicht wertsteigernde Aktivitäten
 - 7.4.2. Die 7 Werkzeuge des Value Stream Mapping
 - 7.4.3. Mapping der Prozessaktivitäten
 - 7.4.4. Mapping der Supply chain
 - 7.4.5. Trichter der Produktionsvielfalt
 - 7.4.6. Qualitätsfilter-Mapping
 - 7.4.7. Mapping der Nachfrageverstärkung
 - 7.4.8. Analyse der Entscheidungspunkte
 - 7.4.9. Mapping der physischen Struktur
- 7.5. Operative Lean-Tools
 - 7.5.1. SMED
 - 7.5.2. JIDOKA
 - 7.5.3. POKAYOKE
 - 7.5.4. Reduzierung von Chargen
 - 7.5.5. POUS
- 7.6. Lean-Tools für die Überwachung, Planung und Steuerung der Produktion
 - 7.6.1. Visuelles Management
 - 7.6.2. Standardisierung
 - 7.6.3. Nivellierung der Produktion (Heijunka)
 - 7.6.4. Herstellung in Zellen
- 7.7. Die Kaizen-Methode für kontinuierliche Verbesserung
 - 7.7.1. Grundsätze des Kaizen
 - 7.7.2. Kaizen-Methoden: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
 - 7.7.3. Instrumente zur Problemlösung. A3 Report
 - 7.7.4. Haupthindernisse für die Umsetzung von Kaizen
- 7.8. Fahrplan für die Lean-Implementierung
 - 7.8.1. Allgemeine Aspekte der Implementierung
 - 7.8.2. Phasen der Implementierung
 - 7.8.3. Informationstechnologien bei der Lean-Implementierung
 - 7.8.4. Erfolgsfaktoren bei der Lean-Implementierung
- 7.9. KPIs zur Lean-Leistungsmessung
 - 7.9.1. OEE - Gesamteffizienz der Ausrüstung
 - 7.9.2. TEEP - Gesamtleistung der Ausrüstung
 - 7.9.3. FTT - First-Time Qualität
 - 7.9.4. DTD - Dock-to-Dock-Zeit
 - 7.9.5. OTD - Pünktliche Lieferungen
 - 7.9.6. BTS - Produktion gemäß Programm
 - 7.9.7. ITO - Inventarumschlagshäufigkeit
 - 7.9.8. VAR - Wertschöpfungsquote
 - 7.9.9. PPMs - Teile pro Million Defekte
 - 7.9.10. FR - Zustellungsrate
 - 7.9.11. AFR - Unfallhäufigkeitsindex
- 7.10. Menschliche Dimension von Lean. Beteiligungsprogramme für das Personal
 - 7.10.1. Das Team im Lean-Projekt. Anwendung der Teamarbeit
 - 7.10.2. Vielseitigkeit der Arbeiter
 - 7.10.3. Verbesserungsgruppen
 - 7.10.4. Vorschlagsprogramme

Modul 8. Qualitätsmanagement

- 8.1. *Total Quality*
 - 8.1.1. *Total Quality Management*
 - 8.1.2. Externe und interne Kunden
 - 8.1.3. Qualitätskosten
 - 8.1.4. Kontinuierliche Verbesserung und die *Deming*-Philosophie
- 8.2. Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001:15
 - 8.2.1. Die 7 Grundsätze des Qualitätsmanagements nach ISO 9001:15
 - 8.2.2. Der Prozessansatz
 - 8.2.3. Anforderungen der ISO 9001:15
 - 8.2.4. Etappen und Empfehlungen für die Umsetzung
 - 8.2.5. Einsatzziele in einem Modell vom Typ Hoshin-Kanri
 - 8.2.6. Zertifizierungsaudit
- 8.3. Integrierte Managementsysteme
 - 8.3.1. Umweltmanagementsystem: ISO 14000
 - 8.3.2. Arbeitsschutzmanagementsystem: ISO 45001
 - 8.3.3. Integration von Managementsystemen
- 8.4. Exzellenz im Management: EFQM-Modell
 - 8.4.1. Grundsätze und Grundlagen des EFQM-Modells
 - 8.4.2. Neue Kriterien des EFQM-Modells
 - 8.4.3. EFQM-Diagnoseinstrument: RADAR-Matrizen
- 8.5. Qualitätsinstrumente
 - 8.5.1. Grundlegende Instrumente
 - 8.5.2. SPC. Statistische Prozesskontrolle
 - 8.5.3. Kontrollplan und Kontrollrichtlinien für das Qualitätsmanagement
- 8.6. Fortgeschrittene Instrumente und Instrumente zur Fehlerbehebung
 - 8.6.1. FMEA
 - 8.6.2. 8D-Report
 - 8.6.3. Die 5 Warum's
 - 8.6.4. 5W + 2H
 - 8.6.5. *Benchmarking*

- 8.7. Methodik zur kontinuierlichen Verbesserung I: PDCA
 - 8.7.1. PDCA-Zyklus und seine Phasen
 - 8.7.2. Anwendung des PDCA-Zyklus auf die Entwicklung von *Lean Manufacturing*
 - 8.7.3. Schlüssel zu erfolgreichen PDCA-Projekten
- 8.8. Methodik zur kontinuierlichen Verbesserung II: Six-Sigma
 - 8.8.1. Beschreibung von Six-Sigma
 - 8.8.2. Grundsätze von Six-Sigma
 - 8.8.3. Six-Sigma-Projektauswahl
 - 8.8.4. Etappen eines Six-Sigma-Projekts. DMAIC-Methodik
 - 8.8.5. Rollen im Six-Sigma
 - 8.8.6. Six-Sigma und *Lean Manufacturing*
- 8.9. Qualität der Lieferanten. Audits. Tests und Labor
 - 8.9.1. Empfangsqualität. Abgestimmte Qualität
 - 8.9.2. Interne Audits des Managementsystems
 - 8.9.3. Produkt- und Prozessaudits
 - 8.9.4. Phasen der Durchführung von Audits
 - 8.9.5. Prüfer-Profil
 - 8.9.6. Tests, Labor und Messtechnik
- 8.10. Organisatorische Aspekte des Qualitätsmanagements
 - 8.10.1. Die Rolle der Geschäftsführung im Qualitätsmanagement
 - 8.10.2. Organisation des Qualitätsbereichs und die Beziehung zu anderen Bereichen
 - 8.10.3. Qualitätszirkel

Modul 9. Die Logistikfunktion, der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit

- 9.1. Logistikfunktion und Lieferkette
 - 9.1.1. Logistik als Schlüssel für den Erfolg eines Unternehmens
 - 9.1.2. Herausforderungen der Logistik
 - 9.1.3. Schlüsselaktivitäten in der Logistik. Wert aus der logistischen Funktion erhalten
 - 9.1.4. Arten von Lieferketten
 - 9.1.5. Verwaltung der Lieferkette
 - 9.1.6. Kosten der Logistikfunktion

- 9.2. Optimierungsstrategien in der Logistik
 - 9.2.1. *Cross-Docking*-Strategie
 - 9.2.2. Anwendung der agilen Methodik auf das Logistikmanagement
 - 9.2.3. *Outsourcing* von Logistikprozessen
 - 9.2.4. *Picking* oder effiziente Kommissionierung
- 9.3. *Lean Logistics*
 - 9.3.1. *Lean Logistics* im Lieferkettenmanagement
 - 9.3.2. Analyse der Verschwendung in der Logistikkette
 - 9.3.3. Anwendung eines *Lean*-Systems im Lieferkettenmanagement
- 9.4. Lagerverwaltung und Automatisierung
 - 9.4.1. Die Rolle der Lagerhäuser
 - 9.4.2. Verwaltung eines Lagers
 - 9.4.3. Verwaltung der Bestände
 - 9.4.4. Typologie von Lagern
 - 9.4.5. Ladeeinheiten
 - 9.4.6. Organisation eines Lagers
 - 9.4.7. Ausrüstung für Lagerung und Transport
- 9.5. Beschaffungsmanagement
 - 9.5.1. Die Rolle des Vertriebs als wesentlicher Bestandteil der Logistik. Interne Logistik vs. Externe Logistik
 - 9.5.2. Die traditionelle Beziehung zu Lieferanten
 - 9.5.3. Das neue Paradigma der Lieferantenbeziehungen
 - 9.5.4. Wie wir unsere Lieferanten klassifizieren und auswählen
 - 9.5.5. Wie man ein effektives Beschaffungsmanagement entwickelt
- 9.6. Logistische Informations- und Kontrollsysteme
 - 9.6.1. Anforderungen an ein logistisches Kontroll- und Informationssystem
 - 9.6.2. 2 Arten von logistischen Informations- und Kontrollsystemen
 - 9.6.3. *Big-Data*-Anwendungen im Logistikmanagement
 - 9.6.4. Bedeutung von Daten im Logistikmanagement
 - 9.6.5. *Balanced Scorecard* in der Logistik. Wichtigste Management- und Kontrollindikatoren



- 9.7. Rückführungslogistik
 - 9.7.1. Schlüssel der Rückführungslogistik
 - 9.7.2. Umgekehrte Logistikströme vs. Direkt
 - 9.7.3. Operationen im Rahmen der Rückführungslogistik
 - 9.7.4. Wie man einen umgekehrten Vertriebskanal einrichtet
 - 9.7.5. Endgültige Alternativen für Produkte im umgekehrten Kanal
 - 9.7.6. Kosten der Rückführungslogistik
- 9.8. Neue Logistikstrategien
 - 9.8.1. Künstliche Intelligenz und Robotisierung
 - 9.8.2. Grüne Logistik und Nachhaltigkeit
 - 9.8.3. Internet der Dinge in der Logistik
 - 9.8.4. Das digitalisierte Lager
 - 9.8.5. *E-Business* und neue Vertriebsmodelle
 - 9.8.6. Bedeutung der Logistik der letzten Meile
- 9.9. *Benchmarking* der Vertriebsketten
 - 9.9.1. Gemeinsamkeiten von erfolgreichen Wertschöpfungsketten
 - 9.9.2. Analyse der Wertschöpfungskette der Inditex-Gruppe
 - 9.9.3. Analyse der Wertschöpfungskette von Amazon
- 9.10. Die Logistik der Pandemie
 - 9.10.1. Allgemeines Szenario
 - 9.10.2. Kritische Fragen zur Lieferkette in einem Pandemie-Szenario
 - 9.10.3. Auswirkungen der Kühlkettenanforderungen auf den Aufbau der Impfstofflieferkette
 - 9.10.4. Arten von Lieferketten für den Vertrieb von Impfstoffen

Modul 10. Industrie 4.0 und *Business Intelligence*. Das digitalisierte Unternehmen

- 10.1. Industrielle Automatisierung und Robotik
 - 10.1.1. Phasen der Prozessautomatisierung
 - 10.1.2. Industrielle Hardware für Automatisierung und Robotik
 - 10.1.3. Der Arbeitszyklus und seine Software-Programmierung
- 10.2. Prozessautomatisierung: RPA
 - 10.2.1. Automatisierbare Verwaltungsprozesse
 - 10.2.2. Struktur der Software
 - 10.2.3. Beispiele für die Anwendung

- 10.3. MES, SCADA, CMMS, WMS, MRP-II-Systeme
 - 10.3.1. Produktionssteuerung mit MES-Systemen
 - 10.3.2. Technik und Wartung: SCADA und GMAO
 - 10.3.3. Beschaffung und Logistik: SGA und MRP-II
 - 10.4. *Business Intelligence Software*
 - 10.4.1. Grundlagen von BI
 - 10.4.2. Struktur der Software
 - 10.4.3. Möglichkeiten der Implementierung
 - 10.5. ERP-Software
 - 10.5.1. Beschreibung des ERP
 - 10.5.2. Umfang der Verwendung
 - 10.5.3. Die wichtigsten ERP auf dem Markt
 - 10.6. IoT und *Business Intelligence*
 - 10.6.1. IoT: die vernetzte Welt
 - 10.6.2. Datenquellen
 - 10.6.3. Volle Kontrolle durch IoT + BI
 - 10.6.4. *Blockchain*
 - 10.7. Wichtigste BI-Software auf dem Markt
 - 10.7.1. PowerBI
 - 10.7.2. Qlik
 - 10.7.3. Tableau
 - 10.8. Microsoft Power BI
 - 10.8.1. Merkmale
 - 10.8.2. Beispiele für die Anwendung
 - 10.8.3. Die Zukunft der PowerBI
 - 10.9. *Machine Learning*, Künstliche Intelligenz, Optimierung und Vorhersage im Unternehmen
 - 10.9.1. *Machine Learning* und künstliche Intelligenz
 - 10.9.2. Prozessoptimierung
 - 10.9.3. Die Bedeutung des datengestützten *Forecasting*
 - 10.10. *Big Data* angewandt auf das Geschäftsumfeld
 - 10.10.1. Anwendungen im Produktionsumfeld
 - 10.10.2. Anwendungen auf der Ebene des strategischen Managements
 - 10.10.3. Marketing- und Vertriebsanwendungen
- Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 11.1. Globalisierung und Governance
 - 11.1.1. Governance und Corporate Governance
 - 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
 - 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
 - 11.2.3. Diversitätsmanagement
- 11.3. Managemententwicklung und Führung
 - 11.3.1. Konzept der Managemententwicklung
 - 11.3.2. Konzept der Führung
 - 11.3.3. Theorien der Führung
 - 11.3.4. Führungsstile
 - 11.3.5. Intelligenz in der Führung
 - 11.3.6. Die Herausforderungen der Führung heute
- 11.4. Wirtschaftsethik
 - 11.4.1. Ethik und Moral
 - 11.4.2. Wirtschaftsethik
 - 11.4.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 11.5. Nachhaltigkeit
 - 11.5.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Nachhaltige Unternehmen
- 11.6. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 11.6.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.6.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.6.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

- 11.7. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
 - 11.7.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 11.7.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
 - 11.7.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
 - 11.7.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 11.8. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.8.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.8.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
 - 11.8.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 11.9. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
 - 11.9.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
 - 11.9.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

- 12.1. Strategisches Management von Menschen
 - 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
 - 12.1.2. Strategisches Management von Menschen
- 12.2. Kompetenzbasiertes HR-Management
 - 12.2.1. Analyse des Potenzials
 - 12.2.2. Vergütungspolitik
 - 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
 - 12.3.1. Leistungsmanagement
 - 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse
- 12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement
 - 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
 - 12.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
 - 12.4.3. Loyalität und Bindung
 - 12.4.4. Proaktivität und Innovation
- 12.5. Entwicklung von Hochleistungsteams
 - 12.5.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
 - 12.5.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

- 12.6. Änderungsmanagement
 - 12.6.1. Änderungsmanagement
 - 12.6.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
 - 12.6.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement
- 12.7. Kommunikation der Führungskräfte
 - 12.7.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
 - 12.7.2. Abteilungen für Kommunikation
 - 12.7.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 12.8. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten
 - 12.8.1. Produktivität
 - 12.8.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 13.1. Buchhaltung
 - 13.1.1. Grundlegende Konzepte
 - 13.1.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
 - 13.1.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
 - 13.1.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
 - 13.1.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.2. Informationssysteme und *Business Intelligence*
 - 13.2.1. Grundlagen und Klassifizierung
 - 13.2.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
 - 13.2.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 13.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
 - 13.3.1. Das Haushaltsmodell
 - 13.3.2. Das Kapitalbudget
 - 13.3.3. Das Betriebsbudget
 - 13.3.5. Cash-Budget
 - 13.3.6. Haushaltsüberwachung

- 13.4. Finanzmanagement
 - 13.4.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
 - 13.4.2. Die Finanzabteilung
 - 13.4.3. Bargeldüberschüsse
 - 13.4.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
 - 13.4.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 13.5. Finanzielle Planung
 - 13.5.1. Definition der Finanzplanung
 - 13.5.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
 - 13.5.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
 - 13.5.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
 - 13.5.5. Die Tabelle des Betriebskapitals
- 13.6. Finanzielle Unternehmensstrategie
 - 13.6.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
 - 13.6.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 13.7. Strategische Finanzierungen
 - 13.7.1. Selbstfinanzierung
 - 13.7.2. Erhöhung der Eigenmittel
 - 13.7.3. Hybride Ressourcen
 - 13.7.4. Finanzierung durch Intermediäre
- 13.8. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 13.8.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- 14.1. Kaufmännisches Management
 - 14.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
 - 14.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
 - 14.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Marketingkonzept
 - 14.2.2. Grundlagen des Marketings
 - 14.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens

- 14.3. Strategisches Marketingmanagement
 - 14.3.1. Konzept des strategischen Marketings
 - 14.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
 - 14.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- 14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel
 - 14.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
 - 14.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
 - 14.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
 - 14.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
 - 14.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel
- 14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke
 - 14.5.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden
 - 14.6.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hypersegmentierung
- 14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen
 - 14.7.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
 - 14.7.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
 - 14.7.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen
- 14.8. Verkaufsstrategie
 - 14.8.1. Verkaufsstrategie
 - 14.8.2. Verkaufsmethoden
- 14.9. Unternehmenskommunikation
 - 14.9.1. Konzept
 - 14.9.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.3. Art der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.5. Elemente der Kommunikation
 - 14.9.6. Kommunikationsprobleme
 - 14.9.7. Szenarien der Kommunikation

- 14.10. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 14.10.1. Online-Reputation
 - 14.10.2. Wie misst man die digitale Reputation?
 - 14.10.3. Online-Reputationstools
 - 14.10.4. Online-Reputationsbericht
 - 14.10.5. Online-Branding

Modul 15. Geschäftsleitung

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Konzept des General Management
 - 15.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
 - 15.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
 - 15.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 15.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
 - 15.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 15.3. Operations Management
 - 15.3.1. Bedeutung des Managements
 - 15.3.2. Die Wertschöpfungskette
 - 15.3.3. Qualitätsmanagement
- 15.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
 - 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 15.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
 - 15.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 15.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
 - 15.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 15.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
 - 15.5.3. Kommunikation in der Organisation
 - 15.5.4. Werkzeuge in der Organisation

- 15.6. Krisenkommunikation
 - 15.6.1. Krise
 - 15.6.2. Phasen der Krise
 - 15.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 15.7. Einen Krisenplan vorbereiten
 - 15.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
 - 15.7.2. Planung
 - 15.7.3. Angemessenheit des Personals
- 15.8. Emotionale Intelligenz
 - 15.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 15.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 15.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 15.9. *Personal Branding*
 - 15.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
 - 15.9.2. Regeln des Personal Branding
 - 15.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.10. Führungsrolle und Teammanagement
 - 15.10.1. Leadership und Führungsstile
 - 15.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
 - 15.10.3. Management von Veränderungsprozessen
 - 15.10.4. Leitung multikultureller Teams



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

06

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 hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein"

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

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.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

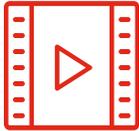
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



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



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



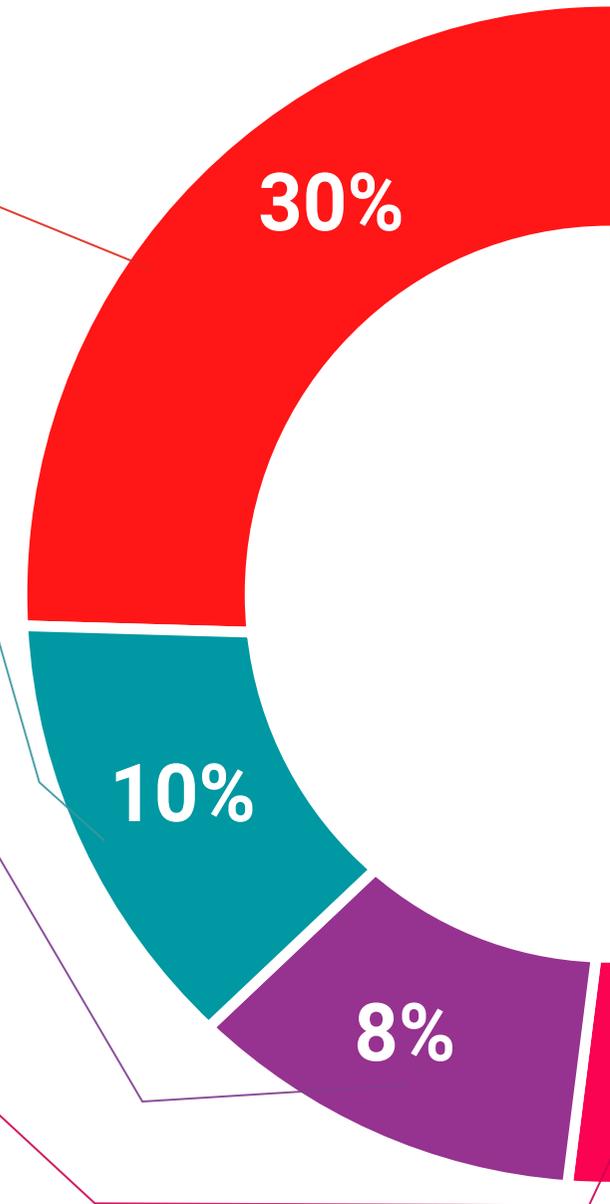
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

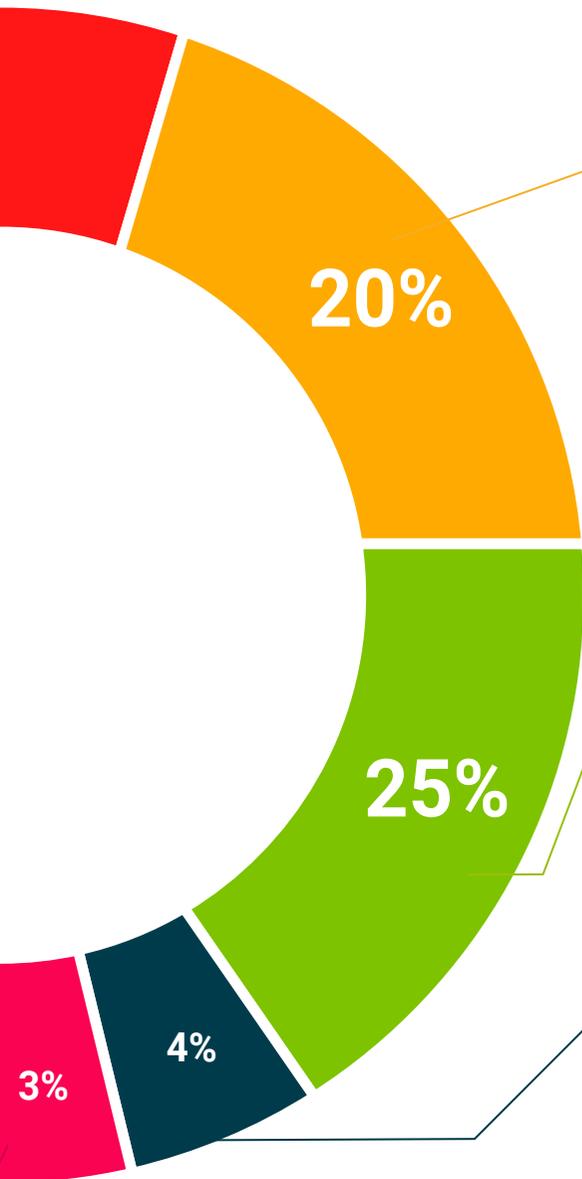
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



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.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



07

Qualifizierung

Der MBA in Industriemanagement garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung 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 **MBA in Industriemanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

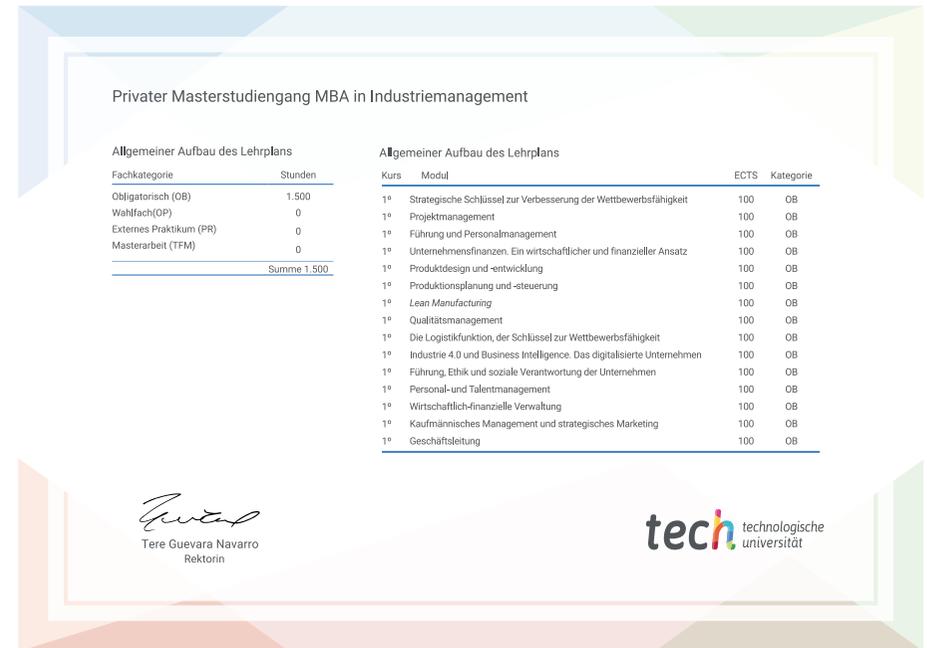
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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: **Privater Masterstudiengang MBA in Industriemanagement**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



*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 tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang MBA in Industriemanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Privater Masterstudiengang MBA in Industriemanagement

