

Privater Masterstudiengang

MBA in Management von Sporteinrichtungen

Von der NBA unterstützt





Privater Masterstudiengang MBA in Management von Sporteinrichtungen

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/sportwissenschaften/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-sporteinrichtungen

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Kursleitung

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

Seite 42

06

Methodik

Seite 50

07

Qualifizierung

Seite 58

01

Präsentation

Sport ist zu einer tragenden Säule der modernen Gesellschaft geworden. Aus diesem Grund benötigen unzählige Sportorganisationen qualifizierte Manager, um allen Herausforderungen und Eventualitäten in diesem Arbeitsbereich zu begegnen. Vor diesem Hintergrund ermöglicht das für dieses Thema konzipierte Programm den Fachkräften aus dem Sport eine Weiterbildung zu Elite-Managern, wobei sie von den Kenntnissen im Bereich Sportrecht, der Entwicklung von Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und natürlich von allem, was mit der Organisation und Planung von Großveranstaltungen zu tun hat, profitieren. Im Laufe der Monate wird die Fachkraft das allgemeine Wissen über das Management von Sporteinrichtungen erwerben, um es in diesem globalen und interessanten Sektor anwenden zu können, und zwar auf flexible Weise dank des Online-Modus.



“

*Erreichen Sie als Fachkraft ein
Höchstmaß an Exzellenz, indem Sie
Mitglied eines Vorstands werden"*

Sport ist eine übergreifende Disziplin, die in den letzten Jahren international gewachsen ist und sich zu einem Wirtschaftszweig entwickelt hat, der einen großen Einfluss auf das BIP hat. Aus diesem Grund muss die Sportfachkraft, die sich in diesem Umfeld bewegt, über Managementkenntnisse verfügen, die ihr helfen, ihr berufliches Profil zu verbessern. Außerdem sollte sie mit allen Bereichen vertraut sein, die sich auf den Sport auswirken, wie Finanzen, Recht, Marketing, Kommunikation, Veranstaltungen und neue Trends.

Dieses Programm ist speziell auf die Bedürfnisse von Trainern, Sportlern und Fachleuten aus der Sportwelt zugeschnitten, die eine frische und innovative Vision in das Management einer Sporteinrichtung einbringen möchten. Aus diesem Grund wird jedes Modul dem Studenten qualitativ hochwertige und vertiefte theoretische Inhalte vermitteln. Jedes Thema ist so konzipiert, dass der Student ein logisches und geordnetes Wissen aufbaut, um die Inhalte besser zu verstehen und zu verinnerlichen, damit er ein erfolgreiches Management von Sporteinrichtungen auf praktischer Ebene anwenden kann.

Eines der Merkmale, die dieses Programm von anderen unterscheiden, ist die Beziehung zwischen den verschiedenen Themen der Module auf theoretischer Ebene, aber vor allem auf praktischer Ebene, so dass der Student reale Beispiele des Managements von Sporteinrichtungen und der professionellen Welt des Sports erhält, so dass der Student sein Wissen auf die vollständigste Weise aufbauen kann.

Darüber hinaus enthält es einen sehr umfassenden Inhalt zum Thema Recht und Sport, um über relevante Informationen in diesem Bereich zu verfügen. Der Student erhält einen Überblick über das sportliche Umfeld und Kenntnisse über die Bereiche des Managements von Sporteinrichtungen: Recht, Finanzen, Strategie, Veranstaltungen, Marketing, Kommunikation, ohne dabei die grundlegenden Managementfähigkeiten für den Sport zu vergessen. Darüber hinaus haben die Studenten Zugang zu einer exklusiven Reihe von 10 ergänzenden *Masterclasses*, die von einem international renommierten Dozenten gehalten werden, einem echten Spezialisten für das Management von Sporteinrichtungen.

Dieser **MBA in Management von Sporteinrichtungen** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung zahlreicher Fallstudien, die von Spezialisten für das Management von Sporteinrichtungen vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- Das interaktive, auf Algorithmen basierende Lernsystem für die Entscheidungsfindung
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden für das persönliche Training
- 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



Sie werden Zugang zu einer einzigartigen Reihe von 10 ergänzenden Masterclasses haben, die von einem international anerkannten Experten für das Management von Sporteinrichtungen entwickelt wurden"

“

Dieser private Masterstudiengang ist aus zwei Gründen die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können: Sie aktualisieren nicht nur Ihre Kenntnisse als Personal Trainer, sondern erhalten auch einen Abschluss der TECH Global University"

Der Lehrkörper besteht aus Fachleuten aus dem Bereich der Sportwissenschaften, die ihre Erfahrungen in diese Spezialisierung einbringen, sowie aus anerkannten Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Spezialisierung ermöglicht, die auf die Fortbildung in realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Dabei wird die Fachkraft von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten und erfahrenen Experten im Management von Sporteinrichtungen entwickelt wurde.

Der private Masterstudiengang ermöglicht es in simulierten Umgebungen zu praktizieren, die einen immersiven Lernprozess begünstigen, der darauf ausgerichtet ist, in realen Situationen zu üben.

Dieser 100%ige Online-Masterstudiengang wird es Ihnen ermöglichen, Ihr Studium mit Ihrer beruflichen Tätigkeit zu verbinden und gleichzeitig Ihr Wissen in diesem Bereich zu erweitern.



02 Ziele

TECH steht immer an der Spitze der akademischen Welt. Deshalb sind ihre Programme so konzipiert, dass sie den beruflichen Zielen der Studenten entsprechen. Folglich zielt der MBA in Management von Sporteinrichtungen darauf ab, theoretisches und praktisches Lernen zu entwickeln, so dass die Sportfachkraft die verschiedenen Akteure, die Teil dieser Disziplin sind, in all ihren Bereichen beherrscht, auf der Suche nach einem Sportdirektor höchster Qualität. In diesem Sinne hat der zukünftige Absolvent eine Reihe spezifischer und allgemeiner Ziele, die ihn jederzeit leiten werden.





“

Unser Ziel ist es, akademische Spitzenleistungen zu erzielen und Ihnen zu beruflichem Erfolg zu verhelfen. Zögern Sie nicht länger und schließen Sie sich uns an"



Allgemeine Ziele

- ♦ Vermitteln von Wissen über die Umwelt und den Sportmarkt
- ♦ Fortbilden von Fachleuten, um sie auf eine Tätigkeit in der Sportbranche vorzubereiten
- ♦ Ein erfolgreicher Sportmanager werden
- ♦ Fortbilden von Führungskräften, Managern und zukünftigen Managern von Sportorganisationen
- ♦ Kennenlernen des internationalen Marktes, mit praktischen Erfahrungen der Fachleute, die zum Dozententeam gehören
- ♦ Verstehen, dass der Sport ein Wirtschafts- und Geschäftssektor ist, der sich von jedem anderen Sektor unterscheidet, mit seinen Besonderheiten und Eigenheiten



Spezifische Ziele

Modul 1. Einführung in das Sportrecht und -management

- ♦ Erlangen einer Rechtsgrundlage für den Sportsektor
- ♦ Definieren der wichtigsten gesetzlichen Bestimmungen für das Sportmanagement
- ♦ Entwickeln von Kriterien auf der Grundlage der in der Sportorganisation geltenden Gesetze

Modul 2. Organisatorische Struktur des internationalen Sports

- ♦ Verstehen des internationalen Sportökosystems
- ♦ Verstehen der verschiedenen Akteure im Sport auf internationaler Ebene
- ♦ Identifizieren der wichtigsten sportlichen Säulen innerhalb der großen Sportorganisationen

Modul 3. Strategische Planung in Sportorganisationen

- ♦ Lernen über Strategie im Sport
- ♦ Identifizieren eines Roadmaps für die Sportorganisation
- ♦ Strukturieren und Erstellen von strategischen Plänen für das Wachstum von Sportorganisationen

Modul 4. Finanzmanagement und steuerliche Aspekte im Sport

- ♦ Identifizieren der wichtigsten steuerlichen Aspekte des Sports
- ♦ Erkennen der effektivsten Finanzpläne für das Wachstum des Sports
- ♦ Einbeziehen einer finanziellen Perspektive für die Sportorganisation

Modul 5. Marketing und Kommunikation im Sport

- ♦ Erwerben von Kenntnissen über Sportmarketing und die Erstellung und Entwicklung eines Marketingplans
- ♦ Erkennen der wichtigsten Mittel zur Förderung des Sports
- ♦ Erstellen von Routen und mit Sportagenten und Medien, die den Sport fördern, in Kontakt treten

Modul 6. Organisation von Sportveranstaltungen

- ♦ Verstehen der Bedeutung von Kommunikation im Sport
- ♦ Kennen der Schritte und Etappen für die Durchführung einer Sportveranstaltung
- ♦ Identifizieren der korrekten Planung einer Veranstaltung
- ♦ Recherchieren der wichtigsten Veranstaltungen in der Welt des Sports und Analysieren ihrer Durchführung

Modul 7. Neue Trends im Sport: *Big Data & Sports*

- ♦ Verstehen der neuen Formen des Sportbusiness sowie der innovativsten Techniken
- ♦ Analysieren der Ergebnisse und Aneignen der neuen Technologien
- ♦ Erkennen der neuen Trends in der Welt des Sports sowie der Entwicklungen auf dem Gebiet der Technologie

Modul 8. Führung und Personalmanagement im Sport

- ♦ Wecken von Interesse an Innovationen und neuen Trends im Sportmanagement
- ♦ Erweitern der Führungsqualitäten in einer Sportorganisation und Lernen, wie man Menschen in diesem Bereich richtig führt

Modul 9. 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 10. 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 11. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

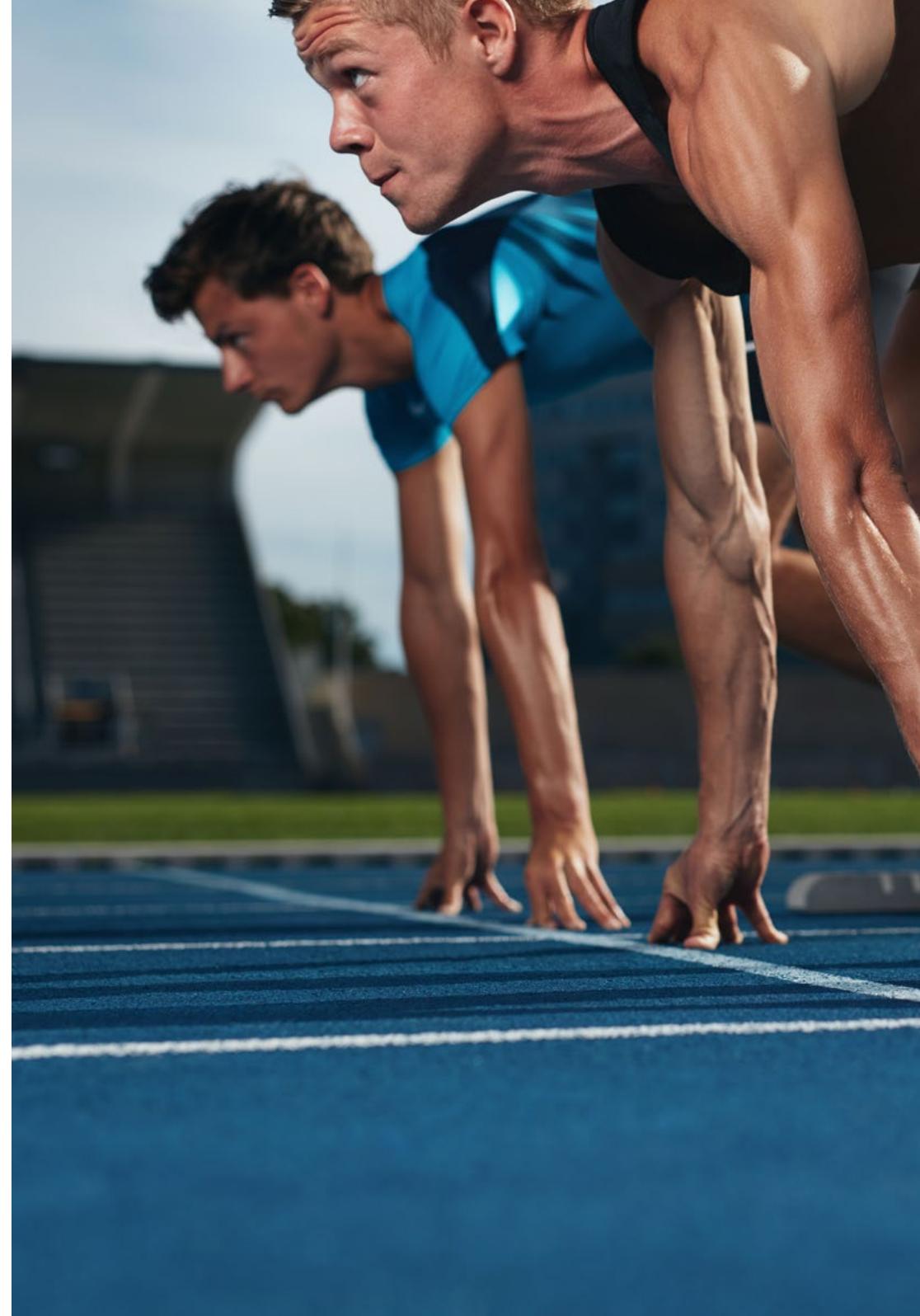
- ♦ Analysieren der makroökonomischen Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf das nationale und internationale Finanzsystem
- ♦ Definieren von Informationssystemen und Business Intelligence für die finanzielle Entscheidungsfindung
- ♦ Unterscheiden wichtiger finanzieller Entscheidungen und Risikomanagement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

Modul 12. 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 13. 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





“

Der Sportbereich braucht spezialisierte Fachleute, und wir geben Ihnen die Schlüssel, um sich in die Berufselite einzureihen"

03

Kompetenzen

Nach Bestehen der Bewertungen des Privaten Masterstudiengangs MBA in Management von Sporteinrichtungen wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten didaktischen Methodik erworben haben. Als Ergebnis wird ein Programm bereitgestellt, das das Beste aus der Erfahrung eines hervorragenden Lehrkörpers und den aktuellsten Inhalten auf dem Markt vereint.





“

Sie werden in der Lage sein, ein Elitesportdirektor zu werden, wenn Sie die Kompetenzen dieses privaten Masterstudiengangs erfüllen"



Allgemeine Kompetenzen

- Erwerben von Kenntnissen, die auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen und in der Praxis voll anwendbar sind
- Beherrschen der fortschrittlichsten Methoden zur Bewertung von Sportleistungen

“

Steigern Sie Ihre Fähigkeiten mit dieser hochwertigen Fortbildung und geben Sie Ihrer Karriere einen Schub"





Spezifische Kompetenzen

- ◆ Kennenlernen des internationalen Marktes, mit praktischen Erfahrungen der Fachleute, die zum Dozententeam gehören
- ◆ Verschaffen eines Überblicks über die Sportgerichtsbarkeit
- ◆ Verstehen des internationalen Sportökosystems
- ◆ Erweitern der Führungsqualitäten in einer Sportorganisation und Lernen, wie man Menschen in diesem Bereich richtig führt

04

Kursleitung

Sport ist eine übergreifende Disziplin, die in den letzten Jahren sowohl national als auch international gewachsen ist und sich zu einem Wirtschaftszweig entwickelt hat, der einen großen Einfluss auf das BIP hat. Das Lehrteam, Experten auf dem Gebiet des Managements von Sporteinrichtungen, genießt hohes Ansehen in der Branche und besteht aus Fachleuten mit jahrelanger Lehrerfahrung, die sich zusammengetan haben, um dem zukünftigen Absolventen zu helfen, seinem Beruf einen Schub zu geben. Zu diesem Zweck haben sie diesen privaten Masterstudiengang mit den neuesten Aktualisierungen in diesem Bereich entwickelt, der es ihm ermöglichen wird, seine Fähigkeiten in diesem Gebiet zu erweitern und sich zu spezialisieren.





“

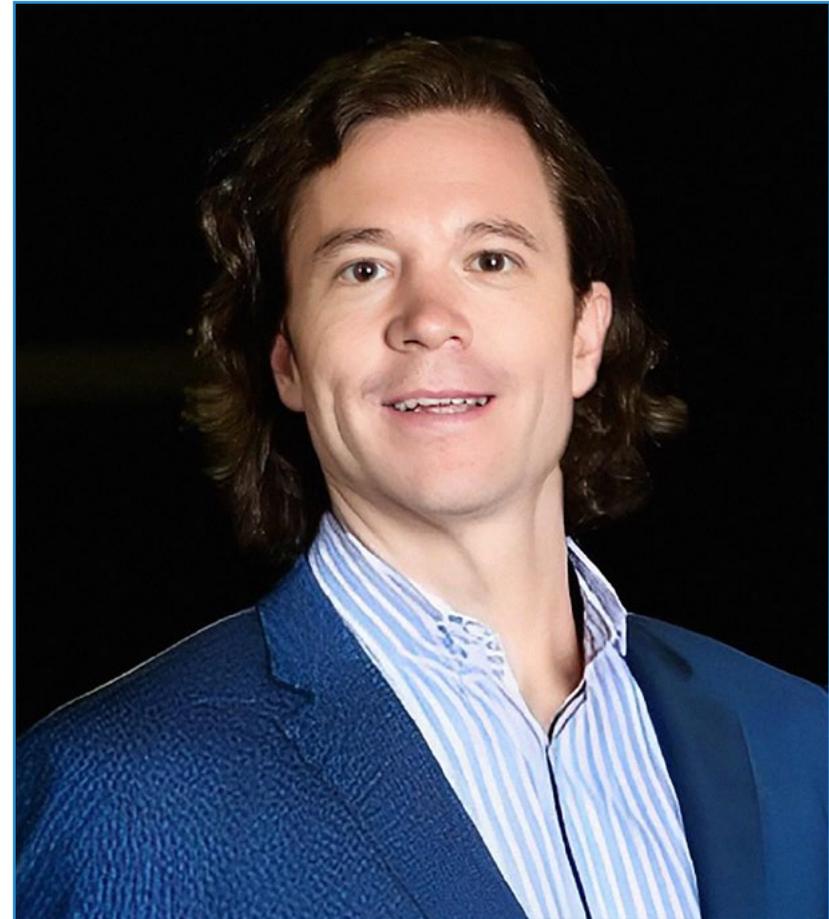
*Lernen Sie von den besten Fachleuten
und werden Sie selbst eine erfolgreiche
Fachkraft"*

Internationaler Gastdirektor

Brad Burlingame ist ein versierter Profi mit einer etablierten Karriere im Sport, wo er sich international einen bedeutenden Namen gemacht hat. Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung im Management von Unternehmenspartnerschaften hat er bewiesen, dass er eine außergewöhnliche Führungspersönlichkeit ist, wenn es darum geht, durch innovative Strategien und den Aufbau strategischer Allianzen Einnahmen zu erzielen.

So war er unter anderem als Direktor für Sponsoring-Verkäufe beim Dallas Cowboys Football Club tätig, einem der renommiertesten Sportvereine der Welt. Hier hat er im Laufe seiner Karriere Teams geleitet, die sich dem Übertreffen finanzieller Ziele verschrieben haben und den Verein zum unangefochtenen Spitzenreiter bei den Sponsoringeinnahmen in der National Football League (NFL) gemacht haben. Seine Fähigkeit, die Rechte an geistigem Eigentum, das umfangreiche Fernseh- und Radionetzwerk des Teams sowie die digitalen und sozialen Plattformen zu nutzen, hat entscheidend dazu beigetragen, die führende Marktposition des Vereins zu erhalten.

Als Manager für Unternehmensallianzen beim Basketballteam Miami Heat und als Verkaufsleiter bei Palace Sports & Entertainment hat er umfangreiche Erfahrungen in der Profisportbranche gesammelt. Seine Fähigkeit, innovative Ideen zu entwickeln, die das Geschäft der Sponsoren ankurbeln, sowie seine Konzentration auf die Führung ergebnisorientierter Teams haben ihn zu einer Schlüsselfigur im globalen Sportvertrieb gemacht.



Hr. Burlingame, Brad

- Direktor für Sponsoring-Verkauf beim Dallas Cowboys Football Club, Texas, USA
- Manager für Unternehmensallianzen bei den Miami Heat, Florida
- Verkaufsleiter bei Palace Sports & Entertainment, Michigan
- Hochschulabschluss in Marketing und Wirtschaft von der Eastern Michigan University



*Dank TECH werden Sie
mit den besten Fachleuten
der Welt lernen können"*

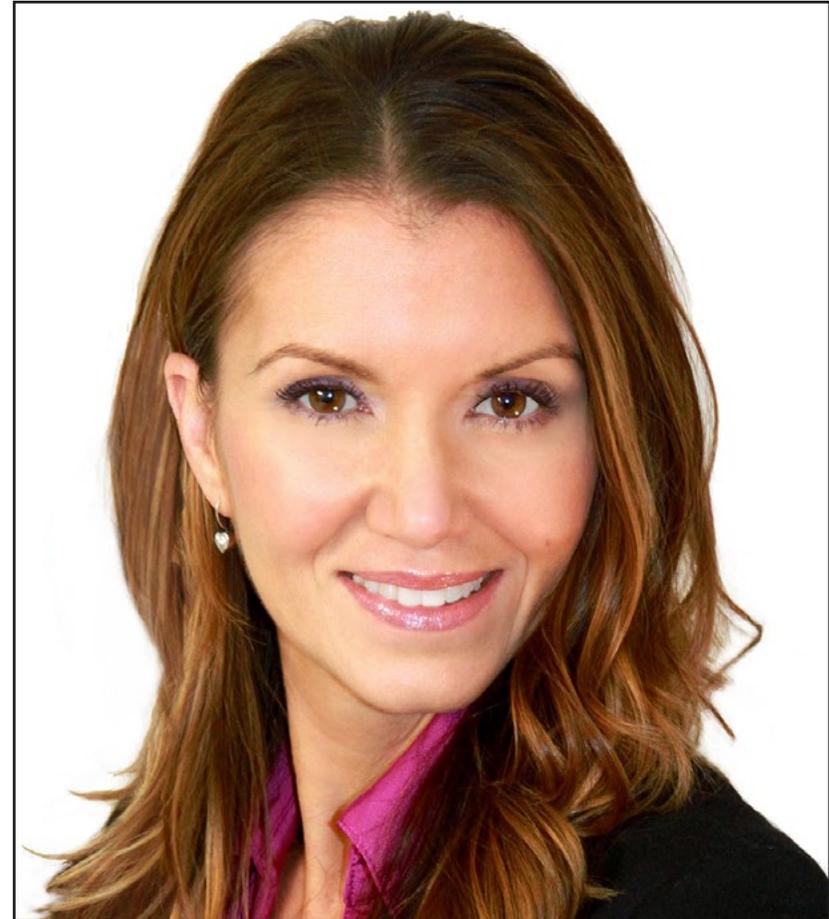
Internationaler Gastdirektor

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.

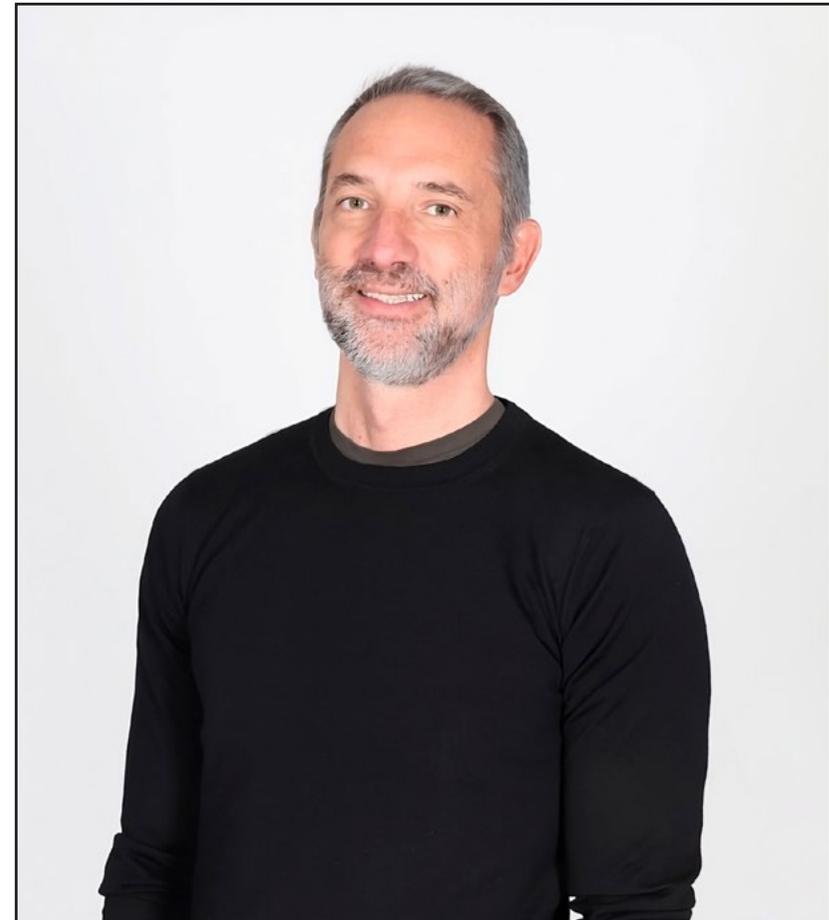
Die Ergebnisse dieser hochkarätigen internationalen Führungskraft sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren und konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine Proaktivität und 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 angesehener 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



Fr. Bellver Alonso, Reyes

- ♦ Sportanwältin und Gründungspartnerin von Bellver Sports - Legal Boutique
- ♦ Gründerin und Präsidentin der Plattform Leadership Woman Football
- ♦ Gründungspartnerin und Präsidentin der Vereinigung für Sportrecht in Madrid
- ♦ Koordinatorin der internationalen Vereinigung WISLaw - *Women in Sports Law*, in Spanien
- ♦ Sprecherin und Gründungsmitglied der Spanischen Vereinigung für ethische Qualität im Sport
- ♦ Hochschulabschluss in Jura mit Spezialisierung auf das Recht der Europäischen Union, Universität CEU San Pablo
- ♦ Masterstudiengang in *International Relations* an der Universität CEU San Pablo von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmensbesteuerung von ICADE
- ♦ Masterstudiengang in Sportrecht an der Universität von Lleida
- ♦ Miki-Roqué-Preis „Frieden durch Sport“ für ihre assoziative Arbeit, Ausbildung und Verbesserung des Sportsektors, insbesondere in Bezug auf Geschlechterfragen und die Verteidigung von Frauen im Sport
- ♦ Zertifiziert von der FIFA durch ihr Programm zur Entwicklung weiblicher Führungskräfte (*FIFA Female Leadership Development Programme*)
- ♦ Aufgenommen in die renommierte internationale Liste *Who's Who Legal (WWL: Sports & Entertainment)*, als eine der führenden Anwältinnen im Bereich des Sportrechts



Professoren

Dr. Rubio, Francisco

- ◆ Stellvertretender Richter des Landgerichts von Badajoz
- ◆ Dozent an verschiedenen akademischen Einrichtungen zu Themen des Arbeits- und Sozialversicherungsrechts
- ◆ Schlichter beim Schiedsgericht für Sport (TAS/CAS)
- ◆ Schiedsrichter im Expertenausschuss für die Sport- und Unterhaltungsindustrie der Europäischen Vereinigung für Schiedsgerichtsbarkeit
- ◆ Berater und wissenschaftlicher Betreuer bei Lemat Abogados
- ◆ Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Extremadura
- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Extremadura
- ◆ Masterstudiengang in Sportrecht an der Universität von Lleida

Fr. Díaz Marí, Montse

- ◆ Rechtsberaterin bei DiazMari
- ◆ Rechtsanwältin bei Samsung Electronics Iberia
- ◆ Masterstudiengang in Markt und Industrie des Sport- und Unterhaltungsrechts bei ISDE
- ◆ Offizieller Masterstudiengang in Sportrecht von INEFC
- ◆ Masterstudiengang in Zugang zur Anwaltschaft und Wirtschaftsrecht von der Universität CEU San Pablo
- ◆ Masterstudiengang in Sportrecht an der Universidad San Pablo CEU

Hr. Barras García, Pedro J.

- ♦ Senior-Steuerberater bei Consultores Sayma Madrid
- ♦ Koordinator und Förderer von Schulen und Sportvereinen in den Bereichen Hallenfußball und Schach an der Basis
- ♦ Direktor mehrerer Schachschulen und Koordinator von Schachförderungskampagnen in Zusammenarbeit mit dem städtischen Sportamt der Stadt Valladolid
- ♦ Nationaler FEDA-Schachtrainer und regionaler Hallenfußballtrainer
- ♦ Autor mehrerer Veröffentlichungen im Bereich Steuern und Buchhaltung

Dr. Valiño Arcos, Alejandro

- ♦ Professor an der juristischen Fakultät der Universität von Valencia
- ♦ Präsident des Sportgerichts der Valencianischen Gemeinschaft
- ♦ Präsident des Wettbewerbsausschusses des Tennisverbands der Region Valencia
- ♦ Sportlicher Leiter des Sporting Tennisclub
- ♦ Stellvertretender Richter des Landgerichts von Valencia mit mehr als hundert Entscheidungen als Referent
- ♦ Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Valencia
- ♦ Hochschulabschluss in Jura, Universität von Valencia
- ♦ Autor von Büchern, Artikeln und Rezensionen zu juristischen Themen (Römisches Recht, Alte Geschichte, Geschichte und aktuelle Angelegenheiten des valencianischen Rechts, spanisches Zivilrecht, Sportrecht, Rechtsvergleichung und europäisches Privatrecht)
- ♦ Forschungstätigkeit an Universitäten in Italien (Siena und Pavia), Deutschland (Freiburg, Göttingen, Münster und Bonn), Österreich (Salzburg) und Uruguay (Montevideo)



Fr. Esperidião Hasenclever, Mônica

- ♦ Chief Marketing Officer und Direktor der LWB Academy
- ♦ Gründerin und CEO von Women Experience Sports
- ♦ Geschäftsführende Direktorin bei LVN Sport
- ♦ Leiterin für Sportmarketing und Sponsoring bei Telefónica Vivo
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre von der Mackenzie Presbyterian Universität von Sao Paulo, Brasilien
- ♦ Aufbaustudium in Sportmanagement an der Anhembi Morumbi Universität von Sao Paulo, Brasilien
- ♦ Masterstudiengang in Sportmarketing an der Universitätsschule Real Madrid der Europäischen Universität

Hr. Novo, Andrés

- ♦ Leiter des Bereichs Institutionelles Marketing und Veranstaltungen bei der PRISA-Gruppe
- ♦ Produktionsleiter für Veranstaltungen bei Innevento und Innevento Sports
- ♦ Feldmanager, Logistikassistent, Teammanager und Leiter für Zeremonien und Protokoll bei MicFootball
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation an der Universität des Baskenlandes
- ♦ Universitätskurs in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität des Baskenlandes

Hr. González Graña, Carlos

- ♦ Gründer und Geschäftsführer von Callander Sport & Business
- ♦ Mitgründer und Chief Operating Officer bei Business Hub Innovation
- ♦ Partner des professionellen Sportbereichs im Raheem GL Geschäftsclub
- ♦ Kaufmännischer Leiter des Sportbereichs bei Riskmedia Insurance Brokers
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von La Coruña
- ♦ Spezialisierung auf Arbeits- und Sportrecht

Fr. Carmona Ramos, Sara

- ♦ Moderatorin der Rubrik Analyse und *Big Data* in der Sendung „El Día Después“ auf Movistar Plus
- ♦ Akademische Leiterin des Masterstudiengangs für Sportmarketing, digitale Umgebungen und E-Sport an der Katholischen Universität San Antonio von Murcia
- ♦ Sportberichterstattung über La Liga-Spiele für die Atresmedia-Gruppe
- ♦ Moderatorin der Live-Sportstatistik- und *Big Data*-Rubrik von „Deportes Valladolid“ auf Castilla y León TV
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Valladolid
- ♦ Expertin für Sportdatenanalyse und *Big Data* an der Universität von Valladolid

Fr. Pascual, Mónica

- ♦ CEO und Gründer von Making Talent Happen
- ♦ Handling GSE Manager bei Swissport Handling Madrid UTE
- ♦ FuEul-Manager und Projektleiter bei Inpropack
- ♦ Gründerin des Podcasts „Imparables“
- ♦ Autorin des Blogs „Mentalidad Imparable“ bei Diario AS
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Alfonso X El Sabio
- ♦ Masterstudiengang in Internationalem Patentrecht an der Schule für Industrieorganisation
- ♦ Experte für Mediation am Höheren Institut für Recht und Wirtschaft

05

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten entwickelt, die sich mit den Auswirkungen der Fortbildung auf die tägliche Praxis auskennen, sich der Bedeutung der aktuellen Relevanz einer qualitativ hochwertigen Fortbildung im Bereich des Managements von Sporteinrichtungen bewusst sind und sich für eine qualitativ hochwertige Lehre durch neue Bildungstechnologien einsetzen. All dies unter einem globalen Gesichtspunkt mit Blick auf die Anwendung auf internationaler Ebene, unter Einbeziehung aller Arbeitsbereiche, die an der Weiterentwicklung der Fachkraft im Management von Sporteinrichtungen beteiligt sind.



“

TECH verfügt über das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. TECH möchte Ihnen die beste Spezialisierung bieten"

Modul 1. Einführung in das Sportrecht und -management

- 1.1. Das sportliche Umfeld
 - 1.1.1. Historischer Hintergrund des Sportrechts
- 1.2. Vorschriften für Sportanlagen
- 1.3. Management und rechtliche Aspekte, die sich aus der Organisation von Sportveranstaltungen ergeben: zivil- und strafrechtliche Haftung
- 1.4. Ausstrahlung von Sportereignissen. Rechtliche Aspekte
- 1.5. Sportverträge: Überblick über die Struktur der Sportverträge
- 1.6. Sportvermittlungen
- 1.7. Governance in Sportorganisationen

Modul 2. Organisatorische Struktur des internationalen Sports

- 2.1. Sportvereine und Sport-AGs
- 2.2. Verbände
- 2.3. Ligen
- 2.4. Oberster Sportrat
- 2.5. Internationale Sportorganisation
- 2.6. Sport in der Europäischen Union
- 2.7. Andere Organisationen außerhalb der verbandlichen Pyramide: Beispiele für Basketball und Padel-Tennis
- 2.8. Formeln zur Konfliktlösung im internationalen Bereich

Modul 3. Strategische Planung in Sportorganisationen

- 3.1. Einführung in die strategische Planung und Analyse im Profisport
- 3.2. Kauf und Verkauf von Sportunternehmen
- 3.3. Management von Fußballvereinen
- 3.4. Struktur und Planung des Sports
- 3.5. Geschäftsentwicklung und Stadionbetrieb
- 3.6. Markenentwicklung und kommerzielle Rechte
- 3.7. TV-Rechte
- 3.8. Internationalisierung von Sportorganisationen
- 3.9. Holdinggesellschaften und Investmentfonds
- 3.10. Praktische Geschäftsmodelle

Modul 4. Finanzmanagement und steuerliche Aspekte im Sport

- 4.1. Einführung in die Finanzen im Sport
- 4.2. Interpretation von Finanzberichten
- 4.3. Die PGC der Sportunternehmen. Struktur der Bilanz
- 4.4. Immaterielle Vermögenswerte und ihre Bewertung
- 4.5. Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung
- 4.6. Budgeterstellung und -kontrolle. Einnahmequellen und Regulierung
- 4.7. Investitions- und Finanzierungsmechanismen im Sport. Sponsoring, Mäzenatentum und andere Figuren
- 4.8. Bewertung von Investitionsprojekten. Ausarbeitung und mögliche Struktur eines Rentabilitätsplans
- 4.9. Ein Ansatz für die Steuer- und Vermögensplanung von Sportlern
- 4.10. Ein Ansatz für die Besteuerung von Sportunternehmen

Modul 5. Marketing und Kommunikation im Sport

- 5.1. Einführung in das Sportmarketing
- 5.2. Marketingplan
- 5.3. *Branding* und Markenentwicklung
- 5.4. Sportsponsoring
- 5.5. Ambush Marketing
- 5.6. Kommunikation im Sport
- 5.7. Digitales Marketing und Sport
- 5.8. Spezialisierung auf Frauensport
- 5.9. Sportmarketing und andere Bereiche
- 5.10. Trends im Sportmarketing

Modul 6. Organisation von Sportveranstaltungen

- 6.1. Einführung in Sportveranstaltungen
- 6.2. Ursprung und Geschichte von Sportveranstaltungen
- 6.3. Verwaltung von Sportveranstaltungen
- 6.4. Planung als Erfolgsfaktor
- 6.5. Allgemeiner Plan der Sportveranstaltung
- 6.6. Formen des Einkommens
- 6.7. Sponsoring
- 6.8. Kommunikation
- 6.9. Sporttourismus und lokale Promotion
- 6.10. Erfolgsgeschichten von Sportveranstaltungen

Modul 7. Neue Trends im Sport: *Big Data* & Sports

- 7.1. Einführung in die Nutzung von *Big Data* im Sport. Links und aktuelle Szenarien
- 7.2. Methodik der Datenanalyse. Phasen und Strategien
- 7.3. Offene Datenquellen und Anbieter
- 7.4. Bezahlte Datenanbieter und Datenquellen
- 7.5. Berichte und Infografiken: die Bedeutung von Stichproben
- 7.6. Tools zur Datenverarbeitung
- 7.7. Kommunikation angewandt auf *Big Data*. Auf der Suche nach der Exzellenz des Materials und seiner Probe
- 7.8. Einführung in den E-Sport
- 7.9. Management von E-Sports
- 7.10. Rechtliche und regulatorische Aspekte des E-Sports

Modul 8. Führung und Personalmanagement im Sport

- 8.1. Führungsstile
- 8.2. Managementfähigkeiten
- 8.3. Unternehmertum
- 8.4. Personalwesen und Talentmanagement
- 8.5. Teamleitung
- 8.6. Coaching angewandt auf Sport
- 8.7. Verhandlung
- 8.8. Konfliktlösung
- 8.8. Kommunikationsfähigkeit
- 8.10. Druckmanagement

Modul 9. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 9.1. Globalisierung und Governance
 - 9.1.1. Governance und Corporate Governance
 - 9.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
 - 9.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 9.2. *Cross Cultural Management*
 - 9.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
 - 9.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
 - 9.2.3. Diversitätsmanagement
- 9.3. Wirtschaftsethik
 - 9.3.1. Ethik und Moral
 - 9.3.2. Wirtschaftsethik
 - 9.3.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 9.4. Nachhaltigkeit
 - 9.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
 - 9.4.2. Agenda 2030
 - 9.4.3. Nachhaltige Unternehmen

- 9.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 9.5.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 9.5.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 9.5.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 9.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
 - 9.6.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 9.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
 - 9.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
 - 9.6.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 9.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 9.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 9.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
 - 9.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 9.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
 - 9.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
 - 9.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
 - 9.8.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 10. Personal- und Talentmanagement

- 10.1. Kompetenzbasiertes HR-Management
 - 10.1.1. Analyse des Potenzials
 - 10.1.2. Vergütungspolitik
 - 10.1.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 10.2. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
 - 10.2.1. Leistungsmanagement
 - 10.2.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse





- 10.3. Innovation im Talent- und Personalmanagement
 - 10.3.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
 - 10.3.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
 - 10.3.3. Loyalität und Bindung
 - 10.3.4. Proaktivität und Innovation
- 10.4. Motivation
 - 10.4.1. Die Natur der Motivation
 - 10.4.2. Erwartungstheorie
 - 10.4.3. Theorien der Bedürfnisse
 - 10.4.4. Motivation und finanzieller Ausgleich
- 10.5. Entwicklung von Hochleistungsteams
 - 10.5.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
 - 10.5.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams
- 10.6. Änderungsmanagement
 - 10.6.1. Änderungsmanagement
 - 10.6.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
 - 10.6.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement
- 10.7. Kommunikation der Führungskräfte
 - 10.7.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
 - 10.7.2. Abteilungen für Kommunikation
 - 10.7.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 10.8. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten
 - 10.8.1. Produktivität
 - 10.8.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 11. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 11.1. Wirtschaftliches Umfeld
 - 11.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
 - 11.1.2. Finanzinstitutionen
 - 11.1.3. Finanzmärkte
 - 11.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
 - 11.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

- 11.2. Buchhaltung
 - 11.2.1. Grundlegende Konzepte
 - 11.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
 - 11.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
 - 11.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
 - 11.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 11.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*
 - 11.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
 - 11.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
 - 11.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 11.4. Finanzmanagement
 - 11.4.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
 - 11.4.2. Die Finanzabteilung
 - 11.4.3. Bargeldüberschüsse
 - 11.4.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
 - 11.4.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 11.5. Finanzielle Planung
 - 11.5.1. Definition der Finanzplanung
 - 11.5.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
 - 11.5.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
 - 11.5.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
 - 11.5.5. Die Tabelle des Betriebskapitals
- 11.6. Finanzielle Unternehmensstrategie
 - 11.6.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
 - 11.6.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 11.7. Strategische Finanzierungen
 - 11.7.1. Selbstfinanzierung
 - 11.7.2. Erhöhung der Eigenmittel
 - 11.7.3. Hybride Ressourcen
 - 11.7.4. Finanzierung durch Intermediäre

- 11.8. Finanzanalyse und -planung
 - 11.8.1. Analyse der Bilanz
 - 11.8.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
 - 11.8.3. Analyse der Rentabilität
- 11.9. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 11.9.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 12. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- 12.1. Kaufmännisches Management
 - 12.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
 - 12.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
 - 12.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter
- 12.2. Strategisches Marketingmanagement
 - 12.2.1. Konzept des strategischen Marketings
 - 12.2.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
 - 12.2.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- 12.3. Verwaltung digitaler Kampagnen
 - 12.3.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
 - 12.3.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
 - 12.3.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen
- 12.4. Verkaufsstrategie
 - 12.4.1. Verkaufsstrategie
 - 12.4.2. Verkaufsmethoden
- 12.5. Unternehmenskommunikation
 - 12.5.1. Konzept
 - 12.5.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
 - 12.5.3. Art der Kommunikation in der Organisation
 - 12.5.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
 - 12.5.5. Elemente der Kommunikation
 - 12.5.6. Kommunikationsprobleme
 - 12.5.7. Szenarien der Kommunikation

- 12.6. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 12.6.1. Online-Reputation
 - 12.6.2. Wie misst man die digitale Reputation?
 - 12.6.3. Online-Reputationstools
 - 12.6.4. Online-Reputationsbericht
 - 12.6.5. Online-*Branding*

Modul 13. Geschäftsleitung

- 13.1. *General Management*
 - 13.1.1. Konzept des *General Management*
 - 13.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
 - 13.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
 - 13.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 13.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
 - 13.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 13.3. Operations Management
 - 13.3.1. Bedeutung des Managements
 - 13.3.2. Die Wertschöpfungskette
 - 13.3.3. Qualitätsmanagement
- 13.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
 - 13.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 13.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
 - 13.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 13.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
 - 13.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 13.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
 - 13.5.3. Kommunikation in der Organisation
 - 13.5.4. Werkzeuge in der Organisation
- 13.6. Krisenkommunikation
 - 13.6.1. Krise
 - 13.6.2. Phasen der Krise
 - 13.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 13.7. Einen Krisenplan vorbereiten
 - 13.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
 - 13.7.2. Planung
 - 13.7.3. Angemessenheit des Personals
- 13.8. Emotionale Intelligenz
 - 13.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 13.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 13.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 13.9. *Personal Branding*
 - 13.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
 - 13.9.2. Regeln des *Personal Branding*
 - 13.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

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 werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, 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.



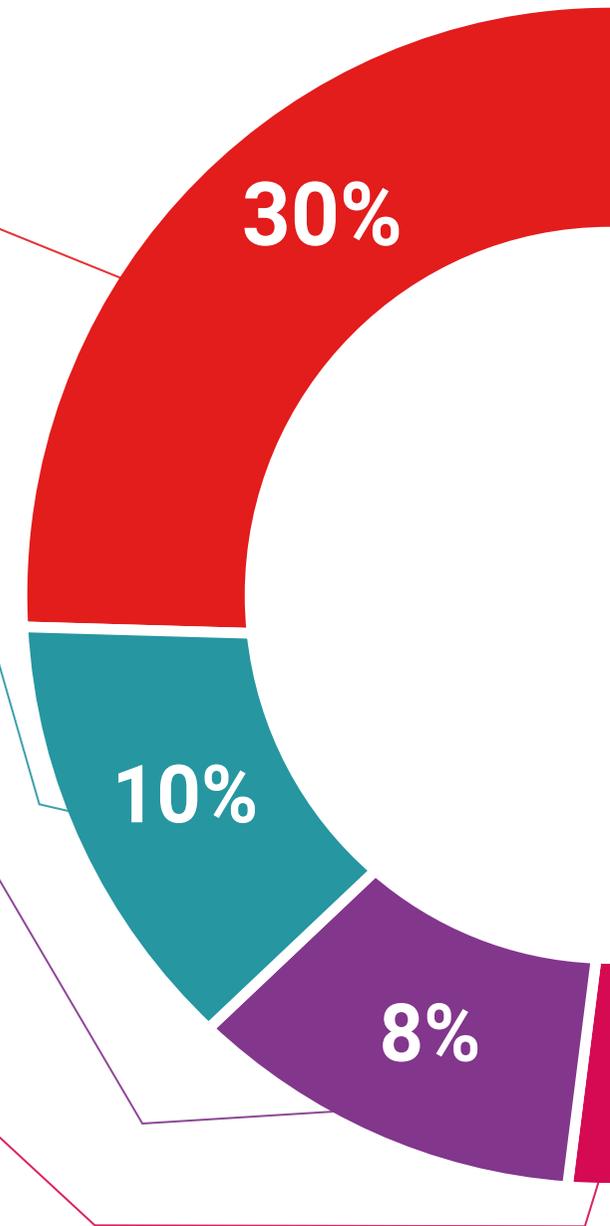
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

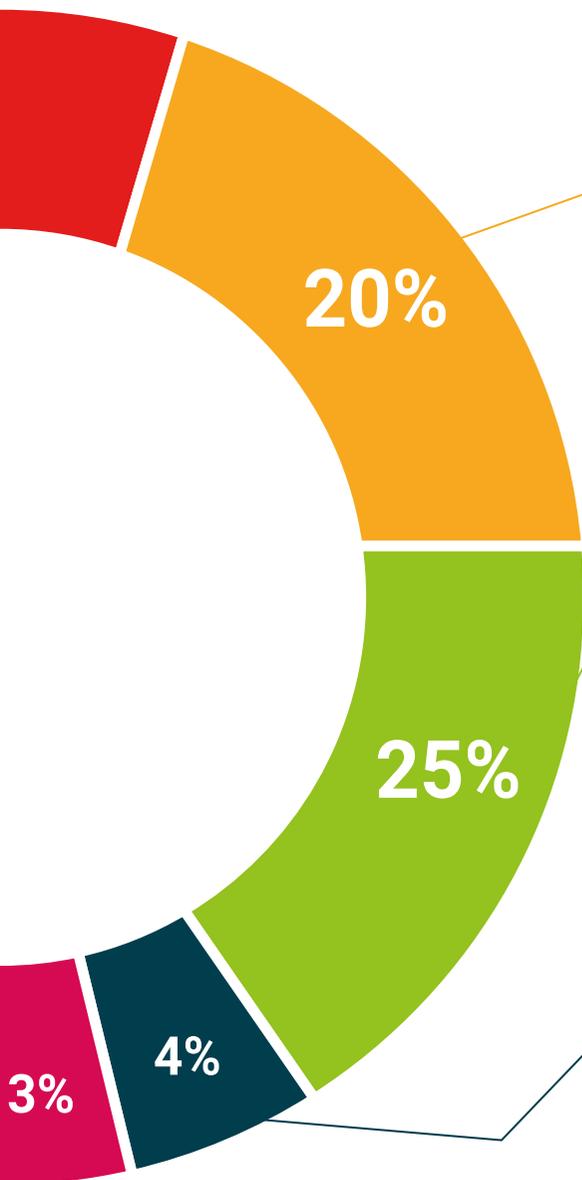
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Situation 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 Management von Sporteinrichtungen 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 Management von Sporteinrichtungen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

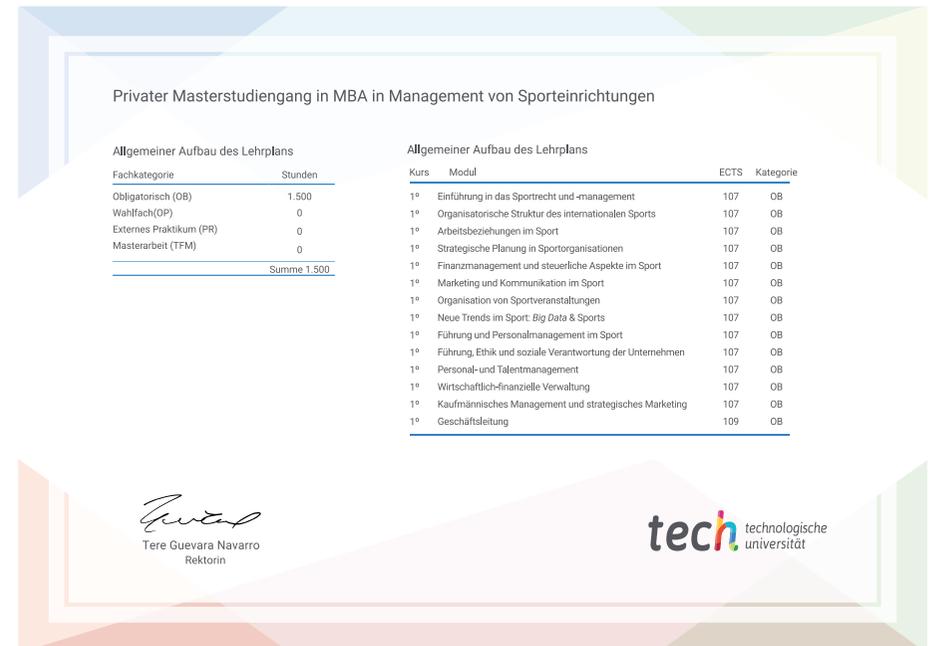
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

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 Management von Sporteinrichtungen**

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 Management
von Sporteinrichtungen**

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

Privater Masterstudiengang

MBA in Management von Sporteinrichtungen

Von der NBA unterstützt

