Weiterbildender Masterstudiengang

Management von Technologieprojekten im Unternehmen

tech technologische universität

tech technologische universität

Weiterbildender Masterstudiengang

Management von Technologieprojekten im Unternehmen

- Modalität: **online**
- Dauer: **2 Jahre**
- Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**
- Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- Prüfungen: **online**

Internetzugang: **www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-management-technologieprojekten-unternehmen**

Index

01 Präsentation des Programms — Seite 4

02 Warum an der TECH studieren? — Seite 8

03 Lehrplan — Seite 12

04 Lehrziele — Seite 36

05 Karrieremöglichkeiten — Seite 44

06 Studienmethodik — Seite 48

07 Lehrkörper — Seite 58

08 Qualifizierung — Seite 80

01

Präsentation des Programms

Die digitale Transformation hat die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten, neu definiert und führt zu einer stärkeren Abhängigkeit von Technologieinitiativen, um ihre strategischen Ziele zu erreichen. Innerhalb dieses Rahmens stellt das Management von Technologieprojekten im Unternehmen eine große Herausforderung für Fachleute dar. Dies liegt daran, dass sie eine Kombination aus technischen Fähigkeiten, Führungsqualitäten und einem tiefen Verständnis der Geschäftsprozesse besitzen müssen. Vor diesem Hintergrund stellt TECH ein innovatives Online-Hochschulprogramm vor, das sich auf diesen Bereich konzentriert und Fachleuten die modernsten Strategien an die Hand gibt, um den Erfolg ihrer Technologieprojekte und die Nachhaltigkeit ihrer Unternehmen zu gewährleisten.

Mit diesem 100%igen Online-Programm werden Sie Technologieprojekte auf umfassende Weise verwalten und sicherstellen, dass die Ziele effizient erreicht werden“

Angesichts der rasanten Entwicklung der Technologien müssen Unternehmen in der Lage sein, ihre Prozesse anzupassen und umzugestalten, um relevant zu bleiben In diesem Sinne ist das Management von Technologieprojekten unerlässlich, um sicherzustellen, dass Technologieinitiativen unter Einhaltung von Fristen, Budgets und Unternehmenszielen wirksam umgesetzt werden. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, dass Fachleute die notwendigen Fähigkeiten erwerben, um Technologieprojekte in Institutionen zu leiten und dabei Schlüsselaspekte wie Risikomanagement, Innovation und die Auswirkungen neuer Technologien auf die Geschäftsergebnisse zu berücksichtigen.

In diesem Rahmen führt TECH ein avantgardistisches Programm über das Management von Technologieprojekten im Unternehmen ein. Der Lehrplan, der von Fachleuten auf diesem Gebiet entwickelt wurde, befasst sich mit Themen, die von den Grundlagen der Unternehmensführung und des Finanzmanagements bis zum Einsatz modernster technologischer Instrumente zur Steigerung der Präzision und Qualität von Initiativen reichen. Auf diese Weise werden die Absolventen in der Lage sein, technologische Projekte von der Planung bis zur Durchführung umfassend zu verwalten und sicherzustellen, dass die Ziele in Bezug auf Zeit, Kosten und Qualität erreicht werden.

Zur Konsolidierung all dieser didaktischen Inhalte setzt TECH die avantgardistische Methode des *Relearning* ein, die in der schrittweisen Wiederholung der wichtigsten Konzepte besteht, um deren korrekte Assimilierung zu gewährleisten. Zudem bietet der Universitätsabschluss den Studenten eine Vielzahl von realen Fallstudien, die es ihnen ermöglichen, in simulierten Umgebungen zu üben, um der Realität von Notfallsituationen näher zu kommen. In diesem Sinne benötigen die Fachleute für den Zugang zu den Bildungsressourcen lediglich ein elektronisches Gerät, das eine Verbindung zum Internet herstellen kann. Darüber hinaus wird ein renommierter internationaler Gastdirektor disruptive *Masterclasses* geben, die den Studenten fortgeschrittene Fähigkeiten vermitteln werden.

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Management von Technologieprojekten im Unternehmen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für das Management von Technologieprojekten im Unternehmen vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in der Geschäftspraxis
- 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

> *Ein renommierter internationaler Gastdirektor wird exklusive Masterclasses anbieten, um die neuesten Trends im Management von Technologieprojekten im Unternehmen zu vertiefen“*

Sie werden Qualitätsstandards in allen Aspekten der Initiativen umsetzen und sicherstellen, dass die Ergebnisse den Erwartungen der Kunden und den technischen Anforderungen entsprechen“

Mit dem Relearning-System von TECH müssen Sie nicht viele Lernstunden investieren und können sich auf die wichtigsten Konzepte konzentrieren.

Sie werden agile Methoden beherrschen, um Technologieprojekte auf flexible und anpassungsfähige Weise zu verwalten.

Zu den Dozenten gehören Fachleute aus dem Bereich des Managements von Technologieprojekten im Unternehmen, die ihre Erfahrungen in dieses Programm einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, 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 der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Dabei wird die Fachkraft durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten Experten entwickelt wurde.

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die größte digitale Universität der Welt. Mit einem beeindruckenden Katalog von über 14.000 Hochschulprogrammen, die in 11 Sprachen angeboten werden, ist sie mit einer Vermittlungsquote von 99% führend im Bereich der Beschäftigungsfähigkeit. Darüber hinaus verfügt sie über einen beeindruckenden Lehrkörper mit mehr als 6.000 Professoren von höchstem internationalem Prestige.

Studieren Sie an der größten digitalen Universität der Welt und sichern Sie sich Ihren beruflichen Erfolg. Die Zukunft beginnt bei TECH“

Die beste Online-Universität der Welt laut FORBES

Das renommierte, auf Wirtschaft und Finanzen spezialisierte Magazin Forbes hat TECH als „beste Online-Universität der Welt" ausgezeichnet. Dies wurde kürzlich in einem Artikel in der digitalen Ausgabe des Magazins festgestellt, in dem die Erfolgsgeschichte dieser Einrichtung „dank ihres akademischen Angebots, der Auswahl ihrer Lehrkräfte und einer innovativen Lernmethode, die auf die Ausbildung der Fachkräfte der Zukunft abzielt", hervorgehoben wird.

Die besten internationalen Top-Lehrkräfte

Der Lehrkörper der TECH besteht aus mehr als 6.000 Professoren von höchstem internationalen Ansehen. Professoren, Forscher und Führungskräfte multinationaler Unternehmen, darunter Isaiah Covington, Leistungstrainer der Boston Celtics, Magda Romanska, leitende Forscherin am Harvard MetaLAB, Ignacio Wistumba, Vorsitzender der Abteilung für translationale Molekularpathologie am MD Anderson Cancer Center, und D.W. Pine, Kreativdirektor des TIME Magazine, um nur einige zu nennen.

Die größte digitale Universität der Welt

TECH ist die weltweit größte digitale Universität. Wir sind die größte Bildungseinrichtung mit dem besten und umfangreichsten digitalen Bildungskatalog, der zu 100% online ist und die meisten Wissensgebiete abdeckt. Wir bieten weltweit die größte Anzahl eigener Abschlüsse sowie offizieller Grund- und Aufbaustudiengänge an. Insgesamt sind wir mit mehr als 14.000 Hochschulabschlüssen in elf verschiedenen Sprachen die größte Bildungseinrichtung der Welt.

Die umfassendsten Lehrpläne in der Universitätslandschaft

TECH bietet die vollständigsten Lehrpläne in der Universitätslandschaft an, mit Lehrplänen, die grundlegende Konzepte und gleichzeitig die wichtigsten wissenschaftlichen Fortschritte in ihren spezifischen wissenschaftlichen Bereichen abdecken. Darüber hinaus werden diese Programme ständig aktualisiert, um den Studenten die akademische Avantgarde und die gefragtesten beruflichen Kompetenzen zu garantieren. Auf diese Weise verschaffen die Abschlüsse der Universität ihren Absolventen einen bedeutenden Vorteil, um ihre Karriere erfolgreich voranzutreiben.

Eine einzigartige Lernmethode

TECH ist die erste Universität, die *Relearning* in allen ihren Studiengängen einsetzt. Es handelt sich um die beste Online-Lernmethodik, die mit internationalen Qualitätszertifikaten renommierter Bildungseinrichtungen ausgezeichnet wurde. Darüber hinaus wird dieses disruptive akademische Modell durch die „Fallmethode" ergänzt, wodurch eine einzigartige Online-Lehrstrategie entsteht. Es werden auch innovative Lehrmittel eingesetzt, darunter ausführliche Videos, Infografiken und interaktive Zusammenfassungen.

Die offizielle Online-Universität der NBA

TECH ist die offizielle Online-Universität der NBA. Durch eine Vereinbarung mit der größten Basketball-Liga bietet sie ihren Studenten exklusive Universitätsprogramme sowie eine breite Palette von Bildungsressourcen, die sich auf das Geschäft der Liga und andere Bereiche der Sportindustrie konzentrieren. Jedes Programm hat einen einzigartig gestalteten Lehrplan und bietet außergewöhnliche Gastredner: Fachleute mit herausragendem Sporthintergrund, die ihr Fachwissen zu den wichtigsten Themen zur Verfügung stellen.

Führend in Beschäftigungsfähigkeit

TECH ist es gelungen, die führende Universität im Bereich der Beschäftigungsfähigkeit zu werden. 99% der Studenten finden innerhalb eines Jahres nach Abschluss eines Studiengangs der Universität einen Arbeitsplatz in dem von ihnen studierten Fachgebiet. Ähnlich viele erreichen einen unmittelbaren Karriereaufstieg. All dies ist einer Studienmethodik zu verdanken, die ihre Wirksamkeit auf den Erwerb praktischer Fähigkeiten stützt, die für die berufliche Entwicklung absolut notwendig sind.

Google Partner Premier

Der amerikanische Technologieriese hat TECH mit dem Logo Google Partner Premier ausgezeichnet. Diese Auszeichnung, die nur 3% der Unternehmen weltweit erhalten, unterstreicht die effiziente, flexible und angepasste Erfahrung, die diese Universität den Studenten bietet. Die Anerkennung bestätigt nicht nur die maximale Präzision, Leistung und Investition in die digitalen Infrastrukturen der TECH, sondern positioniert diese Universität auch als eines der modernsten Technologieunternehmen der Welt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Universität

Die Studenten haben TECH auf den wichtigsten Bewertungsportalen als die am besten bewertete Universität der Welt eingestuft, mit einer Höchstbewertung von 4,9 von 5 Punkten, die aus mehr als 1.000 Bewertungen hervorgeht. Diese Ergebnisse festigen die Position der TECH als internationale Referenzuniversität und spiegeln die Exzellenz und die positiven Auswirkungen ihres Bildungsmodells wider.

03

Lehrplan

Durch dieses sehr umfassende Programm erhalten Fachleute ein umfassendes Wissen über das Management von Technologieprojekten im Unternehmen. Der Studiengang befasst sich mit Bereichen, die von den Grundlagen der Unternehmensführung über die wirtschaftliche Steuerung von Initiativen bis hin zur Umsetzung agiler Methoden wie *Lean* reichen, um die betriebliche Effizienz von Organisationen deutlich zu verbessern. Auf diese Weise erwerben die Studenten fortgeschrittene Führungskompetenzen, um multidisziplinäre Arbeitsteams zu leiten und jede technologische Herausforderung zu meistern und so den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen zu gewährleisten.

Sie werden sich mit den ausgefeiltesten Methoden befassen, um sicherzustellen, dass sich die Technologieprojekte durch eine hohe Qualität auszeichnen“

Modul 1. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

1.1. Globalisierung und Führung
- 1.1.1. *Governance* und *Corporate Governance*
- 1.1.2. Grundlagen der *Corporate Governance* in Unternehmen
- 1.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der *Corporate Governance*

1.2. Führung
- 1.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 1.2.2. Führung in Unternehmen
- 1.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

1.3. *Cross Cultural Management*
- 1.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 1.3.3. Diversitätsmanagement

1.4. Managemententwicklung und Führung
- 1.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 1.4.2. Konzept der Führung
- 1.4.3. Theorien zur Führung
- 1.4.4. Führungsstile
- 1.4.5. Intelligenz in der Führung
- 1.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

1.5. Wirtschaftsethik
- 1.5.1. Ethik und Moral
- 1.5.2. Wirtschaftsethik
- 1.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

1.6. Nachhaltigkeit
- 1.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Nachhaltige Unternehmen

1.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens
- 1.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 1.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 1.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

1.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
- 1.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 1.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 1.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 1.8.4. Werkzeuge und Normen der sozialen Verantwortung der Unternehmen

1.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 1.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 1.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 1.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

1.10. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
- 1.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 1.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 1.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 2. Strategisches Management und Unternehmensführung

2.1. Organisatorische Analyse und Gestaltung
- 2.1.1. Konzeptioneller Rahmen
- 2.1.2. Schlüsselfaktoren der Organisationsgestaltung
- 2.1.3. Grundlegende Modelle von Organisationen
- 2.1.4. Organisatorische Gestaltung: Typologien

2.2. Unternehmensstrategie
- 2.2.1. Wettbewerbsfähige Unternehmensstrategie
- 2.2.2. Wachstumsstrategien: Typologien
- 2.2.3. Konzeptioneller Rahmen

2.3. Strategische Planung und Formulierung
- 2.3.1. Konzeptioneller Rahmen
- 2.3.2. Elemente der strategischen Planung
- 2.3.3. Strategische Ausarbeitung: Der strategische Planungsprozess

2.4. Strategisches Denken
- 2.4.1. Das Unternehmen als System
- 2.4.2. Konzept der Organisation

2.5. Finanzielle Diagnose
- 2.5.1. Konzept der Finanzdiagnose
- 2.5.2. Etappen der Finanzdiagnose
- 2.5.3. Bewertungsmethoden für die Finanzdiagnose

2.6. Planung und Strategie
- 2.6.1. Der Plan einer Strategie
- 2.6.2. Strategische Positionierung
- 2.6.3. Strategie im Unternehmen

2.7. Strategische Modelle und Muster
- 2.7.1. Konzeptioneller Rahmen
- 2.7.2. Strategische Modelle
- 2.7.3. Strategische Muster: Die fünf P's der Strategie

2.8. Wettbewerbsfähige Strategie
- 2.8.1. Wettbewerbsvorteil
- 2.8.2. Wahl einer Wettbewerbsstrategie
- 2.8.3. Strategien nach dem strategischen Uhrenmodell
- 2.8.4. Arten von Strategien nach dem Lebenszyklus des Industriesektors

2.9. Strategisches Management
- 2.9.1. Das Konzept der Strategie
- 2.9.2. Der Prozess des strategischen Managements
- 2.9.3. Ansätze für das strategische Management

2.10. Implementierung der Strategie
- 2.10.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
- 2.10.2. Strategische Karte
- 2.10.3. Strategische Ausrichtung

2.11. Geschäftsleitung
- 2.11.1. Konzeptioneller Rahmen der Geschäftsleitung
- 2.11.2. Geschäftsleitung. Die Rolle des Verwaltungsrats und Instrumente der Unternehmensführung

2.12. Strategische Kommunikation
- 2.12.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 2.12.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 2.12.3. Interne Kommunikation
- 2.12.4. Hindernisse für die Unternehmenskommunikation

Modul 3. Personal- und Talentmanagement

3.1. Organisatorisches Verhalten
- 3.1.1. Organisatorisches Verhalten. Konzeptioneller Rahmen
- 3.1.2. Wichtigste Faktoren des organisatorischen Verhaltens

3.2. Die Menschen in Organisationen
- 3.2.1. Qualität des Arbeitslebens und psychisches Wohlbefinden
- 3.2.2. Teamarbeit und Leitung von Sitzungen
- 3.2.3. Coaching und Teammanagement
- 3.2.4. Gleichstellung und Diversitätsmanagement

3.3. Strategisches Management von Menschen
- 3.3.1. Strategisches Management und Humanressourcen
- 3.3.2. Strategisches Management von Menschen

3.4. Entwicklung der Ressourcen. Eine ganzheitliche Vision
- 3.4.1. Die Bedeutung der Personalabteilung
- 3.4.2. Ein neues Umfeld für die Verwaltung und Führung von Menschen
- 3.4.3. Strategisches Personalmanagement

3.5. Auswahl, Gruppendynamik und Personalrekrutierung
- 3.5.1. Ansatz für Rekrutierung und Auswahl
- 3.5.2. Rekrutierung
- 3.5.3. Das Auswahlverfahren

3.6. Kompetenzbasiertes Personalmanagement
- 3.6.1. Analyse des Potenzials
- 3.6.2. Vergütungspolitik
- 3.6.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne

3.7. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
- 3.7.1. Leistungsmanagement
- 3.7.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse

3.8. Verwaltung der Schulung
- 3.8.1. Theorien des Lernens
- 3.8.2. Entdeckung und Bindung von Talenten
- 3.8.3. Gamification und Talentmanagement
- 3.8.4. Schulung und berufliche Überalterung

3.9. Talentmanagement
- 3.9.1. Schlüssel zum positiven Management
- 3.9.2. Konzeptioneller Ursprung von Talent und seine Bedeutung für das Unternehmen
- 3.9.3. Talentübersicht in der Organisation
- 3.9.4. Kosten und Wertschöpfung

3.10. Innovation im Talent- und Personalmanagement
- 3.10.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 3.10.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
- 3.10.3. Loyalität und Bindung
- 3.10.4. Proaktivität und Innovation

3.11. Motivation
- 3.11.1. Die Natur der Motivation
- 3.11.2. Erwartungstheorie
- 3.11.3. Theorien der Bedürfnisse
- 3.11.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

3.12. *Employer Branding*
- 3.12.1. *Employer Branding* im Personalwesen
- 3.12.2. *Personal Branding* für Personalfachleute

3.13. Entwicklung von Hochleistungsteams
- 3.13.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 3.13.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

3.14. Entwicklung von Managementkompetenzen
- 3.14.1. Was sind Managementkompetenzen?
- 3.14.2. Elemente der Kompetenzen
- 3.14.3. Wissen
- 3.14.4. Managementfähigkeiten
- 3.14.5. Einstellungen und Werte von Managern
- 3.14.6. Managementfähigkeiten

3.15. Zeitmanagement
- 3.15.1. Vorteile
- 3.15.2. Was können die Ursachen für ein schlechtes Zeitmanagement sein?
- 3.15.3. Zeit
- 3.15.4. Die Illusionen der Zeit
- 3.15.5. Aufmerksamkeit und Gedächtnis
- 3.15.6. Mentaler Status
- 3.15.7. Zeitmanagement
- 3.15.8. Proaktivität
- 3.15.9. Sich über das Ziel im Klaren sein
- 3.15.10. Ordnung
- 3.15.11. Planung

3.16. Änderungsmanagement
- 3.16.1. Änderungsmanagement
- 3.16.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
- 3.16.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

3.17. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
- 3.17.1. Verhandlung
- 3.17.2. Management von Konflikten
- 3.17.3. Krisenmanagement

3.18. Kommunikation der Führungskräfte
- 3.18.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 3.18.2. Abteilungen für Kommunikation
- 3.18.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

3.19. Personalmanagement und Arbeitsschutzteams
- 3.19.1. Personalwesen und Teammanagement
- 3.19.2. Berufliche Risikoprävention

3.20. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten
- 3.20.1. Produktivität
- 3.20.2. Anziehung und Bindung von Talenten

3.21. Monetäre vs. nichtmonetäre Vergütung
- 3.21.1. Monetäre vs. nichtmonetäre Vergütung
- 3.21.2. Modelle zur Gehaltseinstufung
- 3.21.3. Nichtmonetäre Vergütungsmodelle
- 3.21.4. Arbeitsmodell
- 3.21.5. Unternehmensgemeinschaft
- 3.21.6. Firmenimage
- 3.21.7. Emotionale Vergütung

3.22. Innovation im Talent- und Personalmanagement
- 3.22.1. Innovation in Organisationen
- 3.22.2. Neue Herausforderungen für die Personalabteilung
- 3.22.3. Innovationsmanagement
- 3.22.4. Werkzeuge für die Innovation

3.23. Wissens- und Talentmanagement
- 3.23.1. Wissens- und Talentmanagement
- 3.23.2. Implementierung von Wissensmanagement

3.24. Transformation der Humanressourcen im digitalen Zeitalter
- 3.24.1. Der sozioökonomische Kontext
- 3.24.2. Neue Formen der Unternehmensorganisation
- 3.24.3. Neue Methodologien

Modul 4. Wirtschafts- und Finanzmanagement

4.1. Wirtschaftliches Umfeld
- 4.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
- 4.1.2. Finanzinstitutionen
- 4.1.3. Finanzmärkte
- 4.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
- 4.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

4.2. Finanzierung des Unternehmens
- 4.2.1. Finanzierungsquellen
- 4.2.2. Arten von Finanzierungskosten

4.3. Internes Rechnungswesen
- 4.3.1. Grundlegende Konzepte
- 4.3.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
- 4.3.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
- 4.3.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
- 4.3.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

4.4. Von der allgemeinen Buchhaltung zur Kostenrechnung
- 4.4.1. Elemente der Kostenrechnung
- 4.4.2. Ausgaben in der allgemeinen Buchhaltung und Kostenrechnung
- 4.4.3. Klassifizierung der Kosten

4.5. Informationssysteme und *Business Intelligence*
- 4.5.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 4.5.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 4.5.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

4.6. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
- 4.6.1. Das Haushaltsmodell
- 4.6.2. Das Kapitalbudget
- 4.6.3. Das Betriebsbudget
- 4.6.5. Cash-Budget
- 4.6.6. Haushaltsüberwachung

4.7. Kassenverwaltung
- 4.7.1. Umlaufvermögen und Betriebskapitalbedarf
- 4.7.2. Berechnung des operativen Bargeldbedarfs
- 4.7.3. *Credit Management*

4.8. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen
- 4.8.1. Grundlegende Steuerkonzepte
- 4.8.2. Körperschaftssteuer
- 4.8.3. Mehrwertsteuer
- 4.8.4. Sonstige Steuern im Zusammenhang mit der gewerblichen Tätigkeit
- 4.8.5. Das Unternehmen als Erleichterung der Arbeit des Staates

4.9. Systeme der Unternehmenskontrolle
- 4.9.1. Analyse der Jahresabschlüsse
- 4.9.2. Die Bilanz des Unternehmens
- 4.9.3. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 4.9.4. Die Kapitalflussrechnung
- 4.9.5. Die Verhältnisanalyse

4.10. Finanzmanagement
- 4.10.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 4.10.2. Die Finanzabteilung
- 4.10.3. Bargeldüberschüsse
- 4.10.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
- 4.10.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

4.11. Finanzielle Planung
- 4.11.1. Definition der Finanzplanung
- 4.11.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
- 4.11.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
- 4.11.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
- 4.11.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

4.12. Finanzielle Unternehmensstrategie
- 4.12.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 4.12.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

4.13. Makroökonomischer Kontext
- 4.13.1. Makroökonomischer Kontext
- 4.13.2. Relevante wirtschaftliche Indikatoren
- 4.13.3. Mechanismen zur Überwachung der makroökonomischen Größen
- 4.13.4. Konjunkturzyklen

4.14. Strategische Finanzierungen
- 4.14.1. Selbstfinanzierung
- 4.14.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 4.14.3. Hybride Ressourcen
- 4.14.4. Finanzierung durch Intermediäre

4.15. Geld- und Kapitalmärkte
- 4.15.1. Der Geldmarkt
- 4.15.2. Der Markt für festverzinsliche Wertpapiere
- 4.15.3. Aktienmarkt
- 4.15.4. Devisenmarkt
- 4.15.5. Der Derivatemarkt

4.16. Finanzanalyse und -planung
- 4.16.1. Analyse der Bilanz
- 4.16.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 4.16.3. Analyse der Rentabilität

4.17. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
- 4.17.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 5. Betriebs- und Logistikmanagement

5.1. Betriebsleitung und -management
- 5.1.1. Die Funktion des Betriebs
- 5.1.2. Der Einfluss des Betriebs auf die Unternehmensführung
- 5.1.3. Einführung in die operative Strategie
- 5.1.4. Betriebsmanagement

5.2. Industrielle Organisation und Logistik
- 5.2.1. Abteilung für industrielle Organisation
- 5.2.2. Logistik-Abteilung

5.3. Struktur und Arten der Produktion (MTS, MTO, ATO, ETO...)
- 5.3.1. Produktionssystem
- 5.3.2. Produktionsstrategie
- 5.3.3. Inventarverwaltungssystem
- 5.3.4. Produktionsindikatoren

5.4. Struktur und Arten der Beschaffung
- 5.4.1. Die Rolle der Beschaffung
- 5.4.2. Beschaffungsmanagement
- 5.4.3. Arten von Käufen
- 5.4.4. Effizientes Beschaffungsmanagement eines Unternehmens
- 5.4.5. Etappen des Entscheidungsprozesses im Einkauf

5.5. Wirtschaftliche Kontrolle der Einkäufe
- 5.5.1. Wirtschaftliche Einfluss des Einkaufs
- 5.5.2. Kostenstelle
- 5.5.3. Budgetierung
- 5.5.4. Budgetierung vs. tatsächliche Ausgaben
- 5.5.5. Instrumente der Haushaltskontrolle

5.6. Kontrolle der Lageroperationen
- 5.6.1. Kontrolle des Lagerbestands
- 5.6.2. Ortungssystem
- 5.6.3. Techniken der Bestandsverwaltung
- 5.6.4. Lagersystem

5.7. Strategisches Einkaufsmanagement
  5.7.1. Unternehmensstrategie
  5.7.2. Strategische Planung
  5.7.3. Einkaufsstrategie
5.8. Typologien der Lieferkette
  5.8.1. Lieferkette
  5.8.2. Vorteile des Lieferkettenmanagements
  5.8.3. Management der Lieferkettenlogistik
5.9. *Supply Chain Management*
  5.9.1. Konzept des Managements der Lieferkette
  5.9.2. Kosten und Effizienz der Betriebskette
  5.9.3. Nachfragemuster
  5.9.4. Betriebsstrategie und Veränderung
5.10. Interaktionen des SCM mit allen Bereichen
  5.10.1. Interaktion der Lieferkette
  5.10.2. Interaktion der Lieferkette. Integration nach Teilen
  5.10.3. Probleme bei der Integration der Lieferkette
  5.10.4. Lieferkette 4.0
5.11. Kosten der Logistik
  5.11.1. Logistikkosten
  5.11.2. Probleme mit den Logistikkosten
  5.11.3. Optimierung der Logistikkosten
5.12. Rentabilität und Effizienz von Logistikketten: KPIs
  5.12.1. Logistikkette
  5.12.2. Rentabilität und Effizienz der Logistikkette
  5.12.3. Indikatoren für Rentabilität und Effizienz der Logistikkette
5.13. Prozessmanagement
  5.13.1. Prozessmanagement
  5.13.2. Prozessbasierter Ansatz: Prozesskarte
  5.13.3. Verbesserungen im Prozessmanagement
5.14. Vertrieb und Transportlogistik
  5.14.1. Vertrieb in der Lieferkette
  5.14.2. Transportlogistik
  5.14.3. Geografische Informationssysteme zur Unterstützung der Logistik
5.15. Logistik und Kunden
  5.15.1. Analyse der Nachfrage
  5.15.2. Vorhersage von Nachfrage und Verkauf
  5.15.3. Planung von Verkauf und Betrieb
  5.15.4. Partizipative Planung, Vorhersage und und Wiederauffüllung
5.16. Internationale Logistik
  5.16.1. Export- und Importverfahren
  5.16.2. Zoll
  5.16.3. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
  5.16.4. Internationale Logistikplattformen
5.17. *Outsourcing* von Operationen
  5.17.1. Betriebsführung und *Outsourcing*
  5.17.2. Implementierung von *Outsourcing* in Logistikumgebungen
5.18. Wettbewerbsfähigkeit im Betrieb
  5.18.1. Betriebsmanagement
  5.18.2. Operative Wettbewerbsfähigkeit
  5.18.3. Betriebsstrategie und Wettbewerbsvorteil
5.19. Qualitätsmanagement
  5.19.1. Interner und externer Kunde
  5.19.2. Qualitätskosten
  5.19.3. Kontinuierliche Verbesserung und die Deming-Philosophie

Modul 6. Management von Informationssystemen

6.1. Technologische Umgebungen
  6.1.1. Technologie und Globalisierung
  6.1.2. Wirtschaftliches Umfeld und Technologie
  6.1.3. Technologisches Umfeld und seine Auswirkungen auf die Wirtschaft
6.2. Informationssysteme und -technologien in der Wirtschaft
  6.2.1. Entwicklung des IT-Modells
  6.2.2. Organisation und IT-Abteilung
  6.2.3. Informationstechnologien und wirtschaftliches Umfeld

6.3. Unternehmensstrategie und technologische Strategie
- 6.3.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
- 6.3.2. Strategische IS/IT-Entscheidungen
- 6.3.3. Unternehmensstrategie vs. technologische und digitale Strategie

6.4. Verwaltung von Informationssystemen
- 6.4.1. *Corporate Governance* für Technologie- und Informationssysteme
- 6.4.2. Management von Informationssystemen in Unternehmen
- 6.4.3. Manager, die Experten für Informationssysteme sind: Rollen und Funktionen

6.5. Strategische Planung von Informationssystemen
- 6.5.1. Informationssysteme und Unternehmensstrategie
- 6.5.2. Strategische Planung von Informationssystemen
- 6.5.3. Phasen der strategischen Planung von Informationssystemen

6.6. Informationssysteme für die Entscheidungsfindung
- 6.6.1. *Business Intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. *Balanced Scorecard*

6.7. Informationen erforschen
- 6.7.1. SQL: Relationale Datenbanken. Grundlegende Konzepte
- 6.7.2. Netzwerke und Kommunikation
- 6.7.3. Operatives System: Standardisierte Datenmodelle
- 6.7.4. Strategisches System: OLAP, multidimensionale Modellierung und grafische *Dashboards*
- 6.7.5. Strategische Datenbankanalyse und Berichtserstellung

6.8. *Business Intelligence* für Unternehmen
- 6.8.1. Welt der Daten
- 6.8.2. Relevante Konzepte
- 6.8.3. Hauptmerkmale
- 6.8.4. Lösungen für den heutigen Markt
- 6.8.5. Globale Architektur einer BI-Lösung
- 6.8.6. Cybersicherheit in BI und *Data Science*

6.9. Neues Geschäftskonzept
- 6.9.1. Warum BI?
- 6.9.2. Informationen einholen
- 6.9.3. BI in den verschiedenen Abteilungen des Unternehmens
- 6.9.4. Gründe für eine Investition in BI

6.10. BI-Tools und -Lösungen
- 6.10.1. Wie wählt man das beste Tool?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy und Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI und Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

6.11. Planung und Management von BI-Projekten
- 6.11.1. Erste Schritte zur Definition eines BI-Projekts
- 6.11.2. BI-Lösung für das Unternehmen
- 6.11.3. Anforderungen und Ziele

6.12. Anwendungen für die Unternehmensverwaltung
- 6.12.1. Informationssysteme und Unternehmensführung
- 6.12.2. Anwendungen für Unternehmenskommunikation
- 6.12.3. *Enterprise Resource Planning* oder ERP-Systeme

6.13. Digitale Transformation
- 6.13.1. Konzeptioneller Rahmen der digitalen Transformation
- 6.13.2. Digitale Transformation; Schlüsselelemente, Vorteile und Nachteile
- 6.13.3. Digitale Transformation in Unternehmen

6.14. Technologien und Trends
- 6.14.1. Wichtige Technologietrends, die Geschäftsmodelle verändern
- 6.14.2. Analyse der wichtigsten aufkommenden Technologien

6.15. IT-*Outsourcing*
- 6.15.1. Konzeptioneller Rahmen des *Outsourcings*
- 6.15.2. IT-*Outsourcing* und seine Auswirkungen auf das Geschäft
- 6.15.3. Wichtige Aspekte bei der Umsetzung von IT-*Outsourcing*-Projekten in Unternehmen

Modul 7. Kaufmännisches Management, Strategisches Marketing und Unternehmenskommunikation

7.1. Kaufmännisches Management
- 7.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
- 7.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
- 7.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter

7.2. Marketing
- 7.2.1. Marketingkonzept
- 7.2.2. Grundlagen des Marketings
- 7.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens

7.3. Strategisches Marketingmanagement
- 7.3.1. Konzept des strategischen Marketings
- 7.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
- 7.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung

7.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel
- 7.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
- 7.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
- 7.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
- 7.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
- 7.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel

7.5. *Managing Digital Business*
- 7.5.1. Wettbewerbsstrategie angesichts der zunehmenden Digitalisierung der Medien
- 7.5.2. Entwurf und Erstellung eines digitalen Marketingplans
- 7.5.3. ROI-Analyse in einem digitalen Marketingplan

7.6. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke
- 7.6.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
- 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*

7.7. Digitale Marketingstrategie
- 7.7.1. Festlegung der digitalen Marketingstrategie
- 7.7.2. Tools für die digitale Marketingstrategie

7.8. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden
- 7.8.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hypersegmentierung

7.9. Verwaltung digitaler Kampagnen
- 7.9.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
- 7.9.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
- 7.9.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen

7.10. Online-Marketingplan
- 7.10.1. Was ist ein Online-Marketingplan?
- 7.10.2. Schritte zur Erstellung eines Online-Marketing-Plans
- 7.10.3. Vorteile eines Online-Marketingplans

7.11. *Blended Marketing*
- 7.11.1. Was ist *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Unterschiede zwischen Online- und Offline-Marketing
- 7.11.3. Aspekte, die bei der *Blended-Marketing*-Strategie berücksichtigt werden müssen
- 7.11.4. Merkmale einer *Blended-Marketing*-Strategie
- 7.11.5. Empfehlungen im *Blended Marketing*
- 7.11.6. Vorteile des *Blended Marketing*

7.12. Verkaufsstrategie
- 7.12.1. Verkaufsstrategie
- 7.12.2. Verkaufsmethoden

7.13. Unternehmenskommunikation
- 7.13.1. Konzept
- 7.13.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
- 7.13.3. Art der Kommunikation in der Organisation
- 7.13.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
- 7.13.5. Elemente der Kommunikation
- 7.13.6. Kommunikationsprobleme
- 7.13.7. Szenarien der Kommunikation

7.14. Strategie der Unternehmenskommunikation
- 7.14.1. Programme für Motivation, soziales Engagement, Teilnahme und Weiterbildung mit dem Personalwesen
- 7.14.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
- 7.14.3. Der interne Kommunikationsplan

7.15. Kommunikation und digitaler Ruf
- 7.15.1. Online-Reputation
- 7.15.2. Wie misst man die digitale Reputation?
- 7.15.3. Online-Reputationstools
- 7.15.4. Online-Reputationsbericht
- 7.15.5. Online-*Branding*

Modul 8. Marktforschung, Werbung und kaufmännische Leitung

8.1. Marktforschung
- 8.1.1. Marktforschung: historischer Ursprung
- 8.1.2. Analyse und Entwicklung des konzeptionellen Rahmens der Marktforschung
- 8.1.3. Schlüsselelemente und Mehrwert der Marktforschung

8.2. Quantitative Forschungsmethoden und -techniken
- 8.2.1. Stichprobengröße
- 8.2.2. Probenahme
- 8.2.3. Arten von quantitativen Techniken

8.3. Qualitative Forschungsmethoden und -techniken
- 8.3.1. Arten der qualitativen Forschung
- 8.3.2. Qualitative Forschungstechniken

8.4. Marktsegmentierung
- 8.4.1. Konzept der Marktsegmentierung
- 8.4.2. Nützlichkeit und Anforderungen der Segmentierung
- 8.4.3. Segmentierung der Verbrauchermärkte
- 8.4.4. Segmentierung der Industriemärkte
- 8.4.5. Strategien zur Segmentierung
- 8.4.6. Segmentierung anhand von Marketing-Mix-Kriterien
- 8.4.7. Methoden der Marktbewertung

8.5. Management von Forschungsprojekten
- 8.5.1. Marktforschung als Prozess
- 8.5.2. Planungsphasen in der Marktforschung
- 8.5.3. Ausführungsphasen in der Marktforschung
- 8.5.4. Management eines Forschungsprojekts

8.6. Internationale Marktforschung
- 8.6.1. Internationale Marktforschung
- 8.6.2. Prozess der internationalen Marktforschung
- 8.6.3. Die Bedeutung von Sekundärquellen in der internationalen Marktforschung

8.7. Durchführbarkeitsstudien
- 8.7.1. Konzept und Nutzen
- 8.7.2. Grundzüge einer Durchführbarkeitsstudie
- 8.7.3. Entwicklung einer Durchführbarkeitsstudie

8.8. Werbung
- 8.8.1. Historischer Hintergrund der Werbung
- 8.8.2. Konzeptioneller Rahmen der Werbung; Grundsätze, Briefingkonzept und Positionierung
- 8.8.3. Werbeagenturen, Mediaagenturen und Werbefachleute
- 8.8.4. Die Bedeutung der Werbung in der Wirtschaft
- 8.8.5. Trends und Herausforderungen in der Werbung

8.9. Entwicklung des Marketingplans
- 8.9.1. Konzept des Marketingplans
- 8.9.2. Analyse und Diagnose der Situation
- 8.9.3. Strategische Marketingentscheidungen
- 8.9.4. Operative Marketingentscheidungen

8.10. Werbestrategien und *Merchandising*
- 8.10.1. Integrierte Marketingkommunikation
- 8.10.2. Kommunikationsplan für Werbung
- 8.10.3. *Merchandising* als Kommunikationstechnik

8.11. Medienplanung
- 8.11.1. Ursprung und Entwicklung der Medienplanung
- 8.11.2. Die Medien
- 8.11.3. Medienplanung

8.12. Grundlagen der Unternehmensführung
- 8.12.1. Die Funktion der kaufmännischen Leitung
- 8.12.2. Systeme zur Analyse der kaufmännischen Wettbewerbssituation des Unternehmens/ Marktes
- 8.12.3. Kaufmännische Planungssysteme des Unternehmens
- 8.12.4. Wichtigste Wettbewerbsstrategien

8.13. Kaufmännische Verhandlung
- 8.13.1. Kaufmännische Verhandlung
- 8.13.2. Psychologische Aspekte der Verhandlung
- 8.13.3. Wichtigste Verhandlungsmethoden
- 8.13.4. Der Verhandlungsprozess

8.14. Entscheidungsfindung im Vertriebsmanagement
- 8.14.1. Unternehmensstrategie und Wettbewerbsstrategie
- 8.14.2. Modelle zur Entscheidungsfindung
- 8.14.3. Analyse- und Entscheidungshilfen
- 8.14.4. Menschliches Verhalten bei der Entscheidungsfindung

8.15. Führung und Management des Vertriebsnetzes
- 8.15.1. Sales Management. Vertriebsmanagement
- 8.15.2. Netze im Dienste der kommerziellen Aktivität
- 8.15.3. Maßnahmen zur Auswahl und Schulung von Verkäufern
- 8.15.4. Vergütungssysteme für interne und externe Vertriebsnetze
- 8.15.5. Verwaltung des kaufmännischen Prozesses. Überwachung und Unterstützung der Arbeit des Verkaufspersonals auf der Grundlage von Informationen

8.16. Umsetzung der Handelsfunktion
- 8.16.1. Einstellung eigener Vertriebsmitarbeiter und Handelsvertreter
- 8.16.2. Kontrolle der gewerblichen Tätigkeit
- 8.16.3. Der Ehrenkodex des Handelsvertreters
- 8.16.4. *Compliance*
- 8.16.5. Allgemein akzeptierte Standards des geschäftlichen Verhaltens

8.17. Verwaltung von Großkunden
- 8.17.1. Das Konzept des *Key Account Management*
- 8.17.2. *Key Account Manager*
- 8.17.3. Strategie für die Verwaltung von Großkunden

8.18. Finanzielle und budgetäre Verwaltung
- 8.18.1. Der *Break-Even*-Punkt
- 8.18.2. Das Verkaufsbudget. Die Kontrolle des Managements und des jährlichen Verkaufsplans
- 8.18.3. Finanzielle Auswirkungen von strategischen Handelsentscheidungen
- 8.18.4. Zyklusmanagement, Rotationen, Rentabilität und Liquidität
- 8.18.5. Gewinn- und Verlustrechnung

Modul 9. Innovation und Projektleitung

9.1. Innovation
- 9.1.1. Einführung in die Innovation
- 9.1.2. Innovation im unternehmerischen Ökosystem
- 9.1.3. Instrumente und Werkzeuge für den unternehmerischen Innovationsprozess

9.2. Innovationsstrategie
- 9.2.1. Strategische Intelligenz und Innovation
- 9.2.2. Innovationsstrategien

9.3. *Project Management für Startups*
- 9.3.1. Start-up-Konzept
- 9.3.2. *Lean-Startup*-Philosophie
- 9.3.3. Phasen der Start-up-Entwicklung
- 9.3.4. Die Rolle eines Projektmanagers in einem Start-up

9.4. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells
- 9.4.1. Konzeptioneller Rahmen für ein Geschäftsmodell
- 9.4.2. Entwurf des Geschäftsmodells und Validierung

9.5. Projektleitung und -management
- 9.5.1. Projektmanagement: Identifizierung von Möglichkeiten zur Entwicklung von unternehmerischen Innovationsprojekten
- 9.5.2. Die wichtigsten Etappen oder Phasen bei der Leitung und Verwaltung von Innovationsprojekten

9.6. Änderungsmanagement in Projekten: Ausbildungsmanagement
- 9.6.1. Konzept des Änderungsmanagements
- 9.6.2. Prozess des Änderungsmanagements
- 9.6.3. Die Implementierung von Veränderungen

9.7. Management der Projektkommunikation
- 9.7.1. Management der Projektkommunikation
- 9.7.2. Schlüsselkonzepte für das Kommunikationsmanagement
- 9.7.3. Aufkommende Trends
- 9.7.4. Anpassung an das Team
- 9.7.5. Planung des Kommunikationsmanagements
- 9.7.6. Verwaltung der Kommunikation
- 9.7.7. Überwachung der Kommunikation

9.8. Traditionelle und innovative Methoden
- 9.8.1. Innovative Methoden
- 9.8.2. Grundprinzipien von Scrum
- 9.8.3. Unterschiede zwischen den wichtigsten Aspekten von Scrum und traditionellen Methodologien

9.9. Gründung eines Start-ups
- 9.3.1. Gründung eines Start-ups
- 9.3.2. Organisation und Kultur
- 9.3.3. Die zehn wichtigsten Gründe für das Scheitern von Start-ups
- 9.3.4. Rechtliche Aspekte

9.10. Risikomanagementplanung in Projekten
- 9.10.1. Risikoplanung
- 9.10.2. Elemente für die Erstellung eines Risikomanagementplans
- 9.10.3. Werkzeuge für die Erstellung eines Risikomanagementplans
- 9.10.4. Inhalt des Risikomanagementplans

Modul 10. Geschäftsleitung

10.1. *General Management*
- 10.1.1. Konzept des *General Management*
- 10.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
- 10.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 10.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

10.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 10.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

10.3. *Operations Management*
- 10.3.1. Bedeutung des Managements
- 10.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 10.3.3. Qualitätsmanagement

10.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
- 10.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 10.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 10.4.3. Kommunikationsbarrieren

10.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
- 10.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 10.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 10.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 10.5.4. Werkzeuge in der Organisation

10.6. Krisenkommunikation
- 10.6.1. Krise
- 10.6.2. Phasen der Krise
- 10.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

10.7. Einen Krisenplan vorbereiten
- 10.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 10.7.2. Planung
- 10.7.3. Angemessenheit des Personals

10.8. Emotionale Intelligenz
- 10.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 10.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 10.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

10.9. *Personal Branding*
- 10.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 10.9.2. Regeln des *Personal Branding*
- 10.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

10.10. Führung und Teammanagement
- 10.10.1. Führung und Führungsstile
- 10.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 10.10.3. Management von Veränderungsprozessen
- 10.10.4. Leitung multikultureller Teams

Modul 11. Projektumfang und Zeitplan

11.1. Programm- und Projektportfoliomanagement
11.2. Management des Projektumfangs
11.3. Erfassung von Anforderungen und Umfang
11.4. Aufgliederung des Projektziels in Aktivitäten
11.5. Validierung und Kontrolle des Umfangs
11.6. Strategische Zeitplanung im Projektmanagement
11.7. Projektlebenszyklen
11.8. Effiziente Zeit- und Terminplanung
11.9. Tools für die Aufgabenabschätzung
11.10. Durchführung und Kontrolle des Zeitplans

Modul 12. Wirtschaftliche Verwaltung des Projekts

12.1. Finanzplan
12.2. Finanzmodell
12.3. Analyse der Durchführbarkeit des Projekts
12.4. Management der Sensibilität von Projekten
12.5. Verwaltung der Projektkosten
12.6. Schätzung der Projektkosten
12.7. Kontrolle der Projektkosten - EVM
12.8. Wirtschaftliche Analyse von Entscheidungen
12.9. MsProject-Werkzeuge
12.10. Digitale Werkzeuge und Systeme für das Projektmanagement

Modul 13. Auftragsvergabe und Projektqualität

13.1. Planung der Beschaffung
13.2. Planung der Lieferantensuche
13.3. Management von Lieferantenbeziehungen
13.4. Rechtliche Aspekte der Personalbeschaffung
13.5. Vertragsmanagement und -verwaltung
13.6. Projektverkaufsmanagement
13.7. *Lean Management*
13.8. Techniken zur Prozessverbesserung
13.9. Totales Qualitätsmanagement und fortgeschrittenes Projektmanagement
13.10. *Lean*-Tools für das Projektmanagement

Modul 14. Unternehmen und innovative Projekte

14.1. Management von Unternehmensänderungen
14.2. Kommunikation in Unternehmen
14.3. Kreatives Denken: Innovation
14.4. Verfahrenstechnik und Produktentwicklung
14.5. Strategische Innovationsintelligenz
14.6. *Entrepreneurship & Innovation*
14.7. Markteinführung und Industrialisierung von neuen Produkten
14.8. FuEuI-Managementsysteme
14.9. Leitung und Management von FuEuI-Projekten
14.10. *Project Management* für Start-ups

Modul 15. Agile Methoden

15.1. Einführung in Agile Methoden
15.2. Iterative, adaptive, prädiktive und hybride Lebenszyklen
15.3. Einführung in Scrum
15.4. Agiles Teammanagement
15.5. Scrum-Events
15.6. Artefakte in Scrum
15.7. Agile Schätzung und Planung
15.8. Metriken
15.9. Kollaborative Tools
15.10. Organisatorische Agilität

Modul 16. PMO

16.1. Einführung in das Project Management Office
16.2. Aufgaben des Project Management Office
16.3. Schaffung der Voraussetzungen für den Wandel. Führen von organisatorischen Veränderungen
16.4. PMO-Vision und -Strategie
16.5. Gestaltung des PMO-Modells
16.6. PMO-Ressourcenplan
16.7. Umsetzung des PMO
16.8. PMO-Betrieb und -Tools
16.9. Kultur des *Project Management* und Wissensmanagement in der Organisation
16.10. Agiles PMO

Modul 17. Management der Projektrisiken

17.1. Einführung in das Risikomanagement
17.2. Risikomanagementplanung in Projekten
17.3. Identifizierung von Risiken
17.4. Qualitative Risikoanalyse
17.5. Priorisierung der Risiken
17.6. Quantitative Risikoanalyse
17.7. Szenarioanalyse und Risikoreaktionspläne
17.8. Umsetzung von Risikoreaktionen
17.9. Risikoüberwachung und -kontrolle
17.10. Gelernte Lektionen und Wissensmanagement

Modul 18. Einführung in die Projektfinanzierung

18.1. Einführung in die Unternehmensfinanzierung
18.2. Finanzausweise und Cashflow
18.3. Der Zeitwert des Geldes und diskontierte Cashflows
18.4. Festverzinsliche Wertpapiere und ihre Bewertung
18.5. Aktien und ihre Bewertung
18.6. Kriterien für finanzielle Investitionen: der Kapitalhaushalt
18.7. Projektanalyse
18.8. Risiko und Rendite: die Kosten des Kapitals
18.9. Struktur der Verbindlichkeiten
18.10. Kasse und internationale Finanzen

Modul 19. Einführung in die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten und Management der Integration von Technologieprojekten

19.1. Einführung in das Management von Technologieprojekten
  19.1.1. Rolle des Projektmanagers
  19.1.2. Projektdefinition
  19.1.3. Organisatorische Strukturen
19.2. Projektmanagement, Programm-Management und Portfolio-Management
  19.2.1. Portfolios, Programme und Projekte
  19.2.2. Strategisches Management
19.3. Standards und bewährte Praktiken für das Management von Technologieprojekten
  19.3.1. Prince 2
  19.3.2. PMP
  19.3.3. ISO 21500:2012
19.4. Organisatorische Einflüsse auf die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten
  19.4.1. Umweltfaktoren eines Unternehmens
  19.4.2. Prozesswerte in Unternehmen
19.5. Prozesse des Managements von Technologieprojekten
  19.5.1. Lebenszyklus von Technologieprojekten
  19.5.2. Prozessgruppen
  19.5.3. Dynamik der Prozessgruppen
19.6. Entwicklung der Gründungsakte für Technologieprojekte
  19.6.1. Definition des Gründungsakte von Technologieprojekten
  19.6.2. Instrumente und Techniken
19.7. Entwicklung des Plans für die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten
  19.7.1. Definition des Plans für die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten
  19.7.2. Instrumente und Techniken
19.8. Wissensmanagement von Technologieprojekten
  19.8.1. Bedeutung von Wissensmanagement in Technologieprojekten
  19.8.2. Instrumente und Techniken

19.9. Überwachung von Technologieprojekten
- 19.9.1. Überwachung und Kontrolle der Arbeiten
- 19.9.2. Überwachungsberichte bei Technologieprojekten
- 19.9.3. Instrumente und Techniken

19.10. Integrierte Änderungskontrolle in Technologieprojekten
- 19.10.1. Ziele und Vorteile der Änderungskontrolle bei Projekten
- 19.10.2. CCB (*Change Control Board*)
- 19.10.3. Instrumente und Techniken

19.11. Lieferung und Abschluss von Technologieprojekten
- 19.11.1. Ziele und Vorteile des Projektabschlusses
- 19.11.2. Instrumente und Techniken

Modul 20. Umfangsmanagement von Technologieprojekten

20.1. Einführung in das Umfangsmanagement
- 20.1.1. Umfang des Projekts
- 20.1.2. Umfang des Produkts

20.2. Grundlagen des Umfangsmanagements
- 20.2.1. Grundlegende Konzepte
- 20.2.2. Unfangs-*Baseline*

20.3. Vorteile des Umfangsmanagements
- 20.3.1. Management der Erwartungen der *Stakeholder*
- 20.3.2. *Scoop Creep* und *Gold Plating*

20.4. Überlegungen zu adaptiven Umgebungen
- 20.4.1. Arten von adaptiven Projekten
- 20.4.2. Definition des Umfangs in adaptiven Projekten

20.5. Planung des Umfangsmanagements
- 20.5.1. Plan zur Verwaltung des Umfangs
- 20.5.2. Plan für das Anforderungsmanagement
- 20.5.3. Instrumente und Techniken

20.6. Erfassen von Anforderungen
- 20.6.1. Erfassen und Verhandlung von Anforderungen
- 20.6.2. Instrumente und Techniken

20.7. Definition des Umfangs
- 20.7.1. Beschreibung des Projektumfangs
- 20.7.2. Instrumente und Techniken

20.8. Erstellung des Projektstrukturplans
- 20.8.1. Projektstrukturplan (PSP)
- 20.8.2. Arten von PSP
- 20.8.3. *Rolling Wave*
- 20.8.2. Instrumente und Techniken

20.9. Validierung des Geltungsbereichs
- 20.9.1. Qualität vs. Validierung
- 20.9.2. Instrumente und Techniken

20.10. Umfangskontrolle
- 20.10.1. Projektmanagement-Daten und -Informationen
- 20.10.2. Arten von Arbeitsleistungsberichten
- 20.10.3. Instrumente und Techniken

Modul 21. Zeitmanagement von Technologieprojekten

21.1. Geschätzte Dauer der Projektaufgaben
- 21.1.1. Schätzung anhand von drei Werten
  - 21.1.1.1. Praxispunkt (wahrscheinlichster Wert)
  - 21.1.1.2. Minimalpunkt (optimistischer Wert)
  - 21.1.1.3. Maximalpunkt (pessimistischer Wert)
- 21.1.2. Analoge Schätzung
- 21.1.3. Parametrische Schätzung
- 21.1.4. Bottom-up-Schätzung
- 21.1.5. Entscheidungsfindung
- 21.1.6. Expertenurteil

21.2. Definition der Aktivitäten und Aufteilung der Projektarbeit
- 21.2.1. Aufteilung
- 21.2.2. Definieren der Aktivitäten
- 21.2.3. Aufteilung der Projektarbeit
- 21.2.4. Attribute der Aktivität
- 21.2.5. Liste von Meilensteinen

21.3. Abfolge der Aktivitäten
- 21.3.1. Liste der Aktivitäten
- 21.3.2. Attribute der Aktivitäten
- 21.3.3. Methode der Prioritätsdiagramme
- 21.3.4. Identifizierung und Integration von Abhängigkeiten
- 21.3.5. Fortschritte und Verzögerungen
- 21.3.6. Netzwerkdiagramm des Projektzeitplans

21.4. Schätzung der Aktivitätsressourcen
- 21.4.1. Register der Annahmen
- 21.4.2. Liste der Aktivitäten
- 21.4.3. Attribute der Aktivitäten
- 21.4.4. Register der Annahmen
- 21.4.5. Register der gelernten Lektionen
- 21.4.6. Projektteam-Zuweisungen
- 21.4.7. Ressourcenstrukturplan

21.5. Geschätzte Dauer der Aktivitäten
- 21.5.1. Gesetz des abnehmenden Ertrags
- 21.5.2. Anzahl der Ressourcen
- 21.5.3. Technologische Fortschritte
- 21.5.4. Motivation des Personals
- 21.5.5. Projektdokumentation

21.6. Entwicklung des Zeitplans
- 21.6.1. Zeitleisten-Netzwerkanalyse
- 21.6.2. Methode des kritischen Pfades
- 21.6.3. Optimierung der Ressourcen
  - 21.6.3.1. Nivellierung der Ressourcen
  - 21.6.3.2. Stabilisierung der Ressourcen
- 21.6.4. Fortschritte und Verzögerungen
- 21.6.5. Komprimierung des Zeitplans
  - 21.6.5.1. Intensivierung
  - 21.6.5.2. Schnelle Ausführung
- 21.6.6. Zeitplan-*Baseline*
- 21.6.7. Projekt-Zeitplan
- 21.6.8. Daten des Zeitplans
- 21.6.9. Projektkalender

21.7. Arten von Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen allen Projektaktivitäten
- 21.7.1. Obligatorische Abhängigkeiten
- 21.7.2. Diskretionäre Abhängigkeiten
  - 21.7.2.1. Bevorzugte Logik
  - 21.7.2.2. Präferenzielle Logik
  - 21.7.2.3. Weiche Logik
- 21.7.3. Externe Abhängigkeiten
- 21.7.4. Interne Abhängigkeiten

21.8. Zeitmanagement-Software für Technologieprojekte
- 21.8.1. Analyse der verschiedenen Softwares
- 21.8.2. Arten von Software
- 21.8.3. Funktionalitäten und Abdeckung
- 21.8.4. Nutzen und Vorteile

21.9. Zeitplan-Kontrolle
- 21.9.1. Informationen zur Arbeitsleistung
- 21.9.2. Zeitplan-Prognosen
- 21.9.3. Änderungsanträge
- 21.9.4. Aktualisierung des Zeitmanagementplans
- 21.9.4. Aktualisierungen der Projektdokumente

21.10. Neuberechnung der Zeiten
- 21.10.1. Kritischer Pfad
- 21.10.2. Berechnung der Mindest- und Höchstzeiten
- 21.10.3. Pufferzeit eines Projekts
  - 21.10.3.1. Was ist das?
  - 21.10.3.2. Wie benutzt man es?
- 21.10.4. Gesamte Pufferzeit
- 21.10.5. Freie Pufferzeit

Modul 22. Kostenmanagement von Technologieprojekten

22.1. Was ist der Kostenmanagementplan?
- 22.1.1. Planungsinstrumente und -techniken
- 22.1.2. Ergebnisse der Kostenplanung

22.2. Kostenschätzung. Arten von Schätzungen. Analyse der Reserve
- 22.2.1. Nützliche Informationen für die Kostenschätzung
- 22.2.2. Tools und Techniken für die Kostenschätzung
- 22.2.3. Ergebnisse der Erstellung des Kostenplans

22.3. Arten von Projektkosten
- 22.3.1. Direkte und indirekte Kosten
- 22.3.2. Fixe und variable Kosten

22.4. Projektbewertung und -auswahl
- 22.4.1. Finanzielle Dimensionen eines Projekts
- 22.4.2. NPV
- 22.4.3. IRR und NRR
- 22.4.4. Amortisationszeit oder *Payback*

22.5. Festsetzung des Budgets
- 22.5.1. Nützliche Informationen für die Erstellung des Projektbudgets
- 22.5.2. Instrumente und Techniken für die Erstellung von Kostenbudgets
- 22.5.3. Ergebnisse der Erstellung des Projektbudgets

22.6. Kostenprognosen
- 22.6.1. Daten und Informationen zum Kostenmanagement
- 22.6.2. Arten der Kosten-Leistungs-Berichte

22.7. *Earned-Value*-Verfahren (EVM)
- 22.7.1. Basisvariablen und Zustandsvariablen
- 22.7.2. Prognose
- 22.7.3. Neue Techniken und Praktiken

22.8. Projekt-*Cashflow*
- 22.8.1. Arten von *Cashflow*
- 22.8.2. Schätzung der mit einem Projekt verbundenen Netto-*Cashflows*
- 22.8.3. Diskontierter *Cashflow*
- 22.8.4. Anwendung des Risikos auf *Cashflows*

22.9. Kostenkontrolle
- 22.9.1. Ziele und Vorteile der Kostenkontrolle
- 22.9.2. Instrumente und Techniken

Modul 23. Qualitätsmanagement von Technologieprojekten

23.1. Bedeutung des Qualitätsmanagements in Projekten
- 23.1.2. Wichtige Konzepte
- 23.1.3. Unterschied zwischen Qualität und Güte
- 23.1.4. Präzision
- 23.1.5. Genauigkeit
- 23.1.6. Metrik

23.2. Theoretiker der Qualität
- 23.2.1. Edwards Deming
  - 23.2.1.1. Shewart-Deming-Zyklus (*Plan-Do-Check-Act*)
- 23.2.2. Kontinuierliche Verbesserung
- 23.2.3. Joseph Juran. Pareto-Prinzip
  - 23.2.3.1. Theorie der Zweckmäßigkeit
- 23.2.4. Theorie des *Total Quality Management*
- 23.2.5. Kaoru Ishikawa (Fischgräte)
- 23.2.6. Philip Crosby (Kosten für schlechte Qualität)

23.3. Regelung: ISO 21500
- 23.3.1. Einführung
- 23.3.2. Hintergrund und Geschichte
- 23.3.3. Ziele und Merkmale
- 23.3.4. Prozessgruppe-Subjektgruppe
- 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
- 23.3.6. Die Zukunft der Norm

23.4. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich Qualitätsmanagement
- 23.4.1. Einhaltung von Richtlinien und Audits
- 23.4.2. Standards und Einhaltung
- 23.4.3. Kontinuierliche Verbesserung
- 23.4.4. Engagement von *Stakeholdern*
- 23.4.5. Wiederkehrende Retrospektiven
- 23.4.6. Nachfolgende Retrospektiven

23.5. Planung des Qualitätsmanagements
- 23.5.1. Kosten-Nutzen-Analyse
- 23.5.2. Multikriterielle Entscheidungsanalyse
- 23.5.3. Testplanung und Inspektion
- 23.5.4. Flussdiagramme
- 23.5.5. Logisches Datenmodell
- 23.5.6. Matrix-Diagramm
- 23.5.7. Beziehungsdiagramm

23.6. Kosten für die Einhaltung von Qualitätsstandards und die Nichteinhaltung von Standards
- 23.6.1. Kosten der Einhaltung
- 23.6.2. Kosten der Nichteinhaltung oder Nichtkonformität
- 23.6.3. Kosten der Prävention
- 23.6.4. Kosten der Bewertung
- 23.6.5. Interne Fehler
- 23.6.6. Externe Fehler
- 23.6.7. Grenzkosten der Qualität
- 23.6.8. Optimale Qualität

23.7. Qualitätsmanagement
- 23.7.1. Checklisten
- 23.7.2. Analyse von Alternativen
- 23.7.3. Analyse der Dokumente
- 23.7.4. Prozessanalyse
- 23.7.5. Analyse der Grundursache
- 23.7.6. Ursache-Wirkungs-Diagramme
- 23.7.7. Histogramme
- 23.7.8. Punktediagramme
- 23.7.9. Entwurf für X
- 23.7.10. Methoden der Qualitätsverbesserung

23.8. Qualitätsaudits
- 23.8.1. Was ist ein internes Qualitätsaudit
- 23.8.2. Verschiedene Arten von Audits
- 23.8.3. Ziele eines internen Audits
- 23.8.4. Vorteile von internen Audits
- 23.8.5. Am internen Audit beteiligte Akteure
- 23.8.6. Verfahren eines internen Audits

23.9. Qualitätskontrolle
- 23.9.1. Überprüfungsbögen
- 23.9.2. Statistische Stichproben
- 23.9.3. Fragebögen und Umfragen
- 23.9.4. Leistungsüberprüfungen
- 23.9.5. Inspektion
- 23.9.6. Produktprüfung/-bewertung
- 23.9.7. Retrospektiven und gelernte Lektionen

Modul 24. Ressourcenmanagement von Technologieprojekten

24.1. Zuständigkeiten und Rolle der Humanressourcen des Projekts
- 24.1.1. Projektmanager
- 24.1.2. Sponsor
- 24.1.3. Funktioneller Direktor
- 24.1.4. Programmdirektor
- 24.1.5. Portofolio-Manager
- 24.1.6. Teammitglieder

24.2. Management der technologischen Ressourcen
- 24.2.1. Was sind technologische Ressourcen?
- 24.2.2. Optimierung
- 24.2.3. Valorisierung
- 24.2.4. Schutz

24.3. Personalmanagement-Planung und Schätzung der Ressourcen für die Aktivitäten
- 24.3.1. Ressourcenmanagement-Plan
  - 24.3.1.1. Darstellung der Daten
  - 24.3.1.2. Unternehmenstheorie
- 24.3.2. Ressourcenanforderungen
- 24.3.3. Grundlage der Schätzungen
- 24.3.4. Ressourcenstrukturplan
- 24.3.5. Aktualisierungen der Dokumente zu den Ressourcen

24.4. Verschiedene Befugnisse des Projektmanagers
- 24.4.1. Macht und Einfluss
- 24.4.2. Belohnungsmacht
- 24.4.3. Macht der Bestrafung
- 24.4.4. Expertenmacht
- 24.4.5. Referenzmacht
- 24.4.6. Formelle Macht
- 24.4.7. Praktische Übungen, um zu lernen, wie man die verschiedenen Befugnisse des Projektmanagers nutzt

24.5. Akquisition des richtigen Projektteams für unser Projekt
- 24.5.1. Was ist die Akquisition des Teams?
- 24.5.2. Mittel zur Akquisition des Teams
  - 24.5.2.1. Auftragsvergabe
  - 24.5.2.2. Unterauftragsvergabe
- 24.5.3. Entscheidungsfindung
  - 24.5.3.1. Verfügbarkeit
  - 24.5.3.2. Kosten
  - 24.5.3.3. Erfahrung
  - 24.5.3.4. Fertigkeiten
  - 24.5.3.5. Wissen
  - 24.5.3.6. Fähigkeiten
  - 24.5.3.7. Einstellung
  - 24.5.3.8. Internationale Faktoren
- 24.5.4. Vorabzuweisung
- 24.5.5. Virtuelle Teams

24.6. Entwicklung von zwischenmenschlichen Fähigkeiten (*Soft Skills*):
- 24.6.1. Führung
- 24.6.2. Motivation
- 24.6.3. Kommunikation
- 24.6.4. Einfluss
- 24.6.5. Förderung der Gruppe
- 24.6.6. Kreativität
- 24.6.7. Emotionale Intelligenz
- 24.6.8. Entscheidungsfindung

24.7. Entwicklung des Projektteams
- 24.7.1. Anerkennungen und Belohnungen
  - 24.7.1.2. Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um es anzuwenden
  - 24.7.1.3. Erstellen eines Anerkennungs- und Belohnungssystems
- 24.7.2. Schulung
- 24.7.3. *Tight-matrix*
- 24.7.4. Technologie der Kommunikation
- 24.7.5. Aktivitäten zur Entwicklung des Teamgeistes (*Team Building*)

24.8. Leitung des Projektteams. Leistungsbewertungen, Management von Projektteams
- 24.8.1. Planung
- 24.8.2. Arten der Bewertung
  - 24.8.2.1. Persönliche Bewertungen. 360º-Bewertungen
  - 24.8.2.2. Team-Bewertungen
- 24.8.3. Definition der Variablen
- 24.8.4. Entwurf des Leistungsbewertungssystems
- 24.8.5. Implementierung und Schulung von Bewertern

24.9. Konfliktmanagement- und Konfliktlösungstechniken
- 24.9.1. Was sind Projektkonflikte? Arten
- 24.9.2. Kooperieren und Probleme lösen (*Collaborate/Problem Solve*)
- 24.9.3. Kompromiss/Zustimmung (*Compromise/Reconcile*)
- 24.9.4. Zurückziehen/Vermeiden (*Withdraw/Avoid*)
- 24.9.5. Mildern/Anpassen (*Smooth/Accommodate*)
- 24.9.6. Forcieren/Leiten (*Force/Direct*)
- 24.9.7. Praktische Übungen für den Einsatz der einzelnen Konfliktlösungstechniken

24.10. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich Ressourcenmanagement von Technologieprojekten
- 24.10.1. Methoden für das Ressourcenmanagement
- 24.10.2. Emotionale Intelligenz
- 24.10.3. Selbstorganisierte Teams
- 24.10.4. Virtuelle Teams/Verteilte Teams
- 24.10.5. Überlegungen zur Anpassung
- 24.10.6. Überlegungen zu agilen/adaptiven Umgebungen

Modul 25. Management der Kommunikation und der *Stakeholder* von Technologieprojekten

25.1. Planung des Kommunikationsmanagements
- 25.1.1. Warum ist ein Kommunikationsmanagementplan wichtig?
- 25.1.2. Einführung in das Kommunikationsmanagement
- 25.1.3. Analyse und Anforderungen der Kommunikation
- 25.1.4. Dimensionen der Kommunikation
- 25.1.4. Techniken und Instrumente

25.2. Kommunikationsfähigkeiten
- 25.2.1. Bewusste Emission
- 25.2.2. Aktives Zuhören
- 25.2.3. Empathie
- 25.2.4. Böse Gesten vermeiden
- 25.2.5. Lesen und Schreiben
- 25.2.6. Respekt
- 25.2.7. Überredungskunst
- 25.2.8. Glaubwürdigkeit

25.3. Effektive, effiziente Kommunikation und Arten der Kommunikation
- 25.3.1. Definition
- 25.3.2. Effektive Kommunikation
- 25.3.3. Effiziente Kommunikation
- 25.3.4. Formelle Kommunikation
- 25.3.5. Informelle Kommunikation
- 25.3.6. Schriftliche Kommunikation
- 25.3.7. Verbale Kommunikation
- 25.3.8. Praktische Übungen zur Verwendung von Kommunikationsarten in einem Projekt

25.4. Management und Kontrolle der Kommunikation
- 25.4.1. Management der Projektkommunikation
- 25.4.2. Kommunikationsmodelle
- 25.4.3. Kommunikationsmethoden
- 25.4.4. Kommunikationskanäle in Projekten

25.5. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich der Kommunikation
- 25.5.1. Bewertung von Kommunikationsstilen
- 25.5.2. Politisches Bewusstsein
- 25.5.3. Kulturelles Bewusstsein
- 25.5.4. Technologie der Kommunikation

25.6. Identifizierung und Analyse von Interessengruppen (*Stakeholders*)
- 25.6.1. Warum ist es wichtig, *Stakeholder* zu managen?
- 25.6.2. Analyse und Registrierung von *Stakeholdern*
- 25.6.3. Interessen und Bedenken der *Stakeholder*
- 25.6.4. Überlegungen zu agilen/adaptiven Umgebungen

25.7. Planung des *Stakeholder*-Managements
- 25.7.1. Angemessene Managementstrategien
- 25.7.2. Instrumente und Techniken

25.8. Management des Engagements von Interessengruppen (*Stakeholder*). Management-Strategien
- 25.8.1. Methoden zur Erhöhung der Unterstützung und Minimierung des Widerstands
- 25.8.2. Instrumente und Techniken

25.9. Überwachung des Engagements von Interessengruppen (*Stakeholders*)
- 25.9.1. *Stakeholder*-Leistungsbericht
- 25.9.2. Instrumente und Techniken

Modul 26. Beschaffungsmanagement von Technologieprojekten

26.1. Einführung in das Beschaffungsmanagement
- 26.1.1. Definition von Vertrag
- 26.1.2. Rechtlicher Rahmen für die Beschaffung

26.2. Grundlegende Konzepte
- 26.2.1. Definition von Vertrag
- 26.2.2. Der Projektmanager und der Vertrag
- 26.2.3. Hauptaktivitäten
- 26.2.4. Zentralisierte und dezentralisierte Beschaffung

26.3. Beschaffungsmanagement: Vorteile
- 26.3.1. Definition der Beschaffungsstrategie
- 26.3.2. Arten von Strategien

26.4. Beschaffung in adaptiven Umgebungen

26.5. Arten von Verträgen
- 26.5.1. Festpreis-Verträge
- 26.5.2. Verträge mit erstattungsfähigen Kosten
- 26.5.3. Zeit- und Materialverträge

26.6. Beschaffungsdokumentation
- 26.6.1. Arten von Dokumenten im Zusammenhang mit einer Beschaffung
- 26.6.2. Dokumentenflüsse im Beschaffungsmanagement

26.7. Verhandlung mit Lieferanten
- 26.7.1. Ziele des Verhandlung mit Lieferanten
- 26.7.2. Techniken der Verhandlung mit Lieferanten

26.8. Planung des Beschaffungsmanagements
- 26.8.1. Plan für das Beschaffungsmanagement
- 26.8.2. Instrumente und Techniken

26.9. Beschaffung
- 26.9.1. Suche, Auswahl und Bewertung von Angeboten
- 26.9.2. Instrumente und Techniken
- 26.9.3. Matrix zur Angebotsgewichtung

26.10. Überwachung und Kontrolle der Beschaffung
- 26.10.1. Beschaffungsüberwachung und Kontrollpunkte nach Vertragsart
- 26.10.2. Instrumente und Techniken

Modul 27. PMP®- oder CAPM®-Zertifizierung und Ethikkodex. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich Management und Leitung von Technologieprojekten

27.1. Was sind PMP®, CAPM® und PMI®?
- 27.1.1. Was ist PMP®?
- 27.1.2. CAPM®
- 27.1.3. PMI®
- 27.1.4. PMBok

27.2. Vorteile und Nutzen der PMP®- und CAPM®-Zertifizierung
- 27.2.1. Techniken und Tipps, um die PMP®- und CAPM®-Zertifizierungsprüfung im ersten Anlauf zu bestehen
- 27.2.2. PMI-ismen

27.3. Bericht über die Berufserfahrung an das PMI® (Project Prozessgestaltung und -management Institute)
- 27.3.1. Registrierung als Mitglied des PMI®
- 27.3.2. Zugangsvoraussetzungen für die PMP® und CAPM® Zertifizierungsprüfungen
- 27.3.3. Analyse der Berufserfahrung des Studenten
- 27.3.4. Vorlage für einen Bericht über die Berufserfahrung des Studenten
- 27.3.5. Bericht über die Erfahrung mit PMI® Software

27.4. PMP® oder CAPM® Zertifizierungsprüfung
- 27.4.1. Wie läuft die PMP®- oder CAPM®-Zertifizierungsprüfung ab?
- 27.4.2. Anzahl der bewertbaren und nichtbewertbaren Fragen
- 27.4.3. Dauer der Prüfung
- 27.4.4. Schwellenwert für das Bestehen der Prüfung
- 27.4.5. Anzahl der Fragen pro Prozessgruppe
- 27.4.6. Bewertungsmethodik

27.5. Agile Methoden
- 27.5.1. Agile
- 27.5.2. SCRUM
- 27.5.3. Kanban
- 27.5.4. Lean
- 27.5.5. Vergleich mit den PMI®-Zertifizierungen

27.6. Softwareentwicklung in agilen Methoden
- 27.6.1. Analyse der verschiedenen auf dem Markt befindlichen Software
- 27.6.2. Vorteile und Nutzen

27.7. Vorteile und Grenzen der Implementierung agiler Methoden in Ihren Technologieprojekten
- 27.7.1. Vorteile
- 27.7.2. Beschränkungen
- 27.7.3. Agile Methoden vs. traditionelle Tools

27.8. Ethikkodex für das Management Ihrer Projekte
- 27.8.1. Verantwortung
- 27.8.2. Respekt
- 27.8.3. Unparteilichkeit

Die von diesen Fachleuten ausgearbeiteten didaktischen Materialien dieses Studiengangs haben vollständig auf Ihre Berufserfahrung anwendbare Inhalte“

04

Lehrziele

Durch dieses einzigartige Programm von TECH erhalten die Experten ein solides Verständnis des Managements von Technologieprojekten im Unternehmen. Sie werden auch eine breite Palette von Kompetenzen für die Erstellung von Vorschlägen erwerben, von ihrer Konzeption bis zu ihrem Umsetzungsprozess. Auf diese Weise verfügen die Fachleute über die notwendigen Ressourcen, um einen Karrieresprung zu machen und die nächste Stufe zu erreichen.

Sie werden das Budget der Initiativen optimal kontrollieren und so eine effiziente Nutzung der verfügbaren finanziellen Mittel sicherstellen“

Allgemeine Ziele

- Definieren der neusten Trends in der Unternehmensführung unter Berücksichtigung des globalisierten Umfeldes, das die Kriterien des Topmanagements bestimmt
- Entwickeln der wichtigsten Führungsqualitäten, die für Berufstätige wichtig sind
- Entwickeln von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld
- Fördern der Erstellung von Unternehmensstrategien, die dem Unternehmen helfen, wettbewerbsfähiger zu werden und seine eigenen Ziele zu erreichen
- Effektiveres, flexibleres und besser abgestimmtes Arbeiten mit neuen Technologien und aktuellen Tools
- Entwickeln innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz
- Erwerben der Kommunikationsfähigkeiten, die eine Führungskraft benötigt, um sich Gehör zu verschaffen und von den Mitgliedern ihrer Gemeinschaft verstanden zu werden
- Verstehen des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem sich das Unternehmen entwickelt, und Entwickeln geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen
- Anwenden der Informations- und Kommunikationstechnologien in den verschiedenen Bereichen des Unternehmens
- Durchführen einer Marketingstrategie, die es ermöglicht, das Produkt bei den potenziellen Kunden bekannt zu machen und ein angemessenes Image des Unternehmens zu erzeugen
- Festlegen geeigneter Richtlinien für die Anpassung des Unternehmens an die sich verändernde Gesellschaft
- Vorschlagen eines dynamischen Geschäftsmodells, das sein Wachstum auf immaterielle Ressourcen stützt
- Steigern der Beschäftigungsfähigkeit der Fachkräfte, die diesen Masterstudiengang studieren
- Verbessern des Gehaltsniveaus der Fachkräfte zum Zeitpunkt des Erwerbs dieser Qualifikation
- Wissen, wie man Unternehmen, Arbeit und Menschen in einem sehr unsicheren Umfeld managt
- Wissen, wie man effektiver, flexibler und besser auf neue Technologien und aktuelle Tools abgestimmt arbeiten kann
- Lernen, welches die wichtigsten rechtlichen Aspekte beim Verfassen eines Projektvertrags sind
- Kennen der besten Praktiken, um Ihr Team nicht nur zu beteiligen, sondern auch zu engagieren
- Verstehen der Bedeutung der sozialen Verantwortung von Unternehmen als wesentlicher Bestandteil eines jeden Projekts
- Wissen, wie man Prioritäten setzt und Projekte und Ideen innerhalb eines Unternehmens verzögert

Spezifische Ziele

Modul 1. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- Entwickeln ethischer Führungskompetenzen, die soziale Verantwortung und Nachhaltigkeitspraktiken in die Unternehmensstrategie integrieren
- Treffen von Entscheidungen, die das soziale Wohlergehen, den Schutz der Umwelt und die langfristige Wertschöpfung für alle Beteiligten fördern

Modul 2. Strategisches Management und Unternehmensführung

- Fortbilden in der Formulierung und Umsetzung von Unternehmensstrategien, die nachhaltiges Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit auf dynamischen Märkten gewährleisten
- Erwerben von Kompetenzen im Management von Führungsteams, die den Wandel der Organisation leiten, um sich an die Herausforderungen des globalen Umfelds anzupassen

Modul 3. Personal- und Talentmanagement

- Bereitstellen von Instrumenten für das Personalmanagement, von der Gewinnung bis zur Bindung der besten Fachkräfte
- Entwickeln von Personalstrategien, die die Kompetenzen der Mitarbeiter mit den strategischen Zielen des Unternehmens in Einklang bringen

Modul 4. Wirtschafts- und Finanzmanagement

- Vertiefen der strategischen finanziellen Entscheidungsfindung, um die Rentabilität zu maximieren und die Risiken im Unternehmen zu minimieren
- Entwickeln von Kompetenzen in den Bereichen Finanzplanung, Budgetkontrolle und Investitionsmanagement auf Organisationsebene

Modul 5. Betriebs- und Logistikmanagement

- Vertiefen des effizienten Managements von Betrieb und Logistik, Optimieren der Lieferkette zur Kostensenkung und Produktivitätssteigerung
- Fortbilden in der Umsetzung von Betriebsabläufen, die die Unternehmensstrategie mit der Marktnachfrage in Einklang bringen

Modul 6. Management von Informationssystemen

- Vertiefen der Integration und des Managements von Informationssystemen innerhalb des Unternehmens, um die betriebliche Effizienz und die datengestützte Entscheidungsfindung zu verbessern
- Entwickeln von Fähigkeiten zur Anwendung technologischer Lösungen, die die Prozesse optimieren und die Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt gewährleisten

Modul 7. Kaufmännisches Management, Strategisches Marketing und Unternehmenskommunikation

- Vertiefen der Erstellung von Handels- und Marketingstrategien, die die Sichtbarkeit der Marke erhöhen und die Kundenbeziehungen optimieren
- Untersuchen des Managements der Unternehmenskommunikation, um die Identität und den Ruf des Unternehmens auf dem Markt zu stärken

Modul 8. Marktforschung, Werbung und kaufmännische Leitung

- Beherrschen von Marktforschungstechniken zur Ermittlung von Geschäftsmöglichkeiten und Entwicklung wirksamer Werbestrategien
- Erwerben von Fähigkeiten zur Verwaltung der kommerziellen Aktivitäten, zur Optimierung von Werbekampagnen und zur Gewährleistung der Erreichung von Zielen

Modul 9. Innovation und Projektleitung

- Entwickeln von Kompetenzen im Management innovativer Projekte, im Umgang mit Veränderungen und in der kontinuierlichen Anpassung an neue Trends und Technologien
- Fortbilden in der Planung, Durchführung und Bewertung von Innovationsprojekten, die einen langfristigen Wert für die Organisation schaffen

Modul 10. Geschäftsleitung

- Fortbilden in der Entwicklung von Managementfähigkeiten, um Teams zu führen, strategische Entscheidungen zu treffen und die organisatorische Leistung zu verwalten
- In der Lage sein, eine Kultur der Innovation, der Verantwortung und des Engagements zu schaffen, die die Ergebnisse des Unternehmens optimiert

Modul 11. Projektumfang und Zeitplan

- Vertiefen der Definition des Projektumfangs, um sicherzustellen, dass alle Aspekte ohne Abweichungen in Bezug auf Zeit oder Ressourcen abgedeckt werden
- Entwickeln von Kompetenzen zur Verwaltung und Kontrolle von Projektzeitplänen, um die Einhaltung der festgelegten Fristen zu gewährleisten

Modul 12. Wirtschaftliche Verwaltung des Projekts

- Vertiefen des wirtschaftlichen Managements von Projekten, einschließlich Budgetierung, Kostenmanagement und Zuweisung von Finanzmitteln
- Berücksichtigen der finanziellen Entscheidungsfindung im Rahmen von Projekten, um den Einsatz von Ressourcen zu optimieren und die Investitionsrendite zu maximieren

Modul 13. Auftragsvergabe und Projektqualität

- Untersuchen des Vertragsmanagements und der Beziehungen zu Lieferanten und Kunden, um sicherzustellen, dass die Qualitätsstandards bei Projekten eingehalten werden
- Erwerben von Fähigkeiten zur Durchführung wirksamer Qualitätskontrollen in allen Phasen des Projekts

Modul 14. Unternehmen und innovative Projekte

- Vertiefen der Strukturierung und Organisation innovativer Projekte, die die Wettbewerbsfähigkeit und organisatorische Effizienz steigern
- Implementieren von Strategien für die digitale Transformation und die Einführung neuer Technologien im Projektmanagement

Modul 15. Agile Methoden

- Beherrschen agiler Methoden wie Scrum und Kanban, um Projekte effizient und flexibel zu verwalten
- Erwerben von Kompetenzen zur Umsetzung agiler Methoden, um die Produktivität und Anpassungsfähigkeit von Arbeitsteams zu verbessern

Modul 16. PMO

- Analysieren der Leitung und Beaufsichtigung eines Projektmanagementbüros, um die Ausrichtung der Projekte an den strategischen Zielen des Unternehmens zu gewährleisten
- Umsetzen bewährter Verfahren im Projektmanagement, Standardisierung von Prozessen und Verbesserung der organisatorischen Leistung

Modul 17. Management der Projektrisiken

- Entwickeln von Kompetenzen bei der Identifizierung, Bewertung und Abschwächung von Risiken in Projekten
- Fortbilden zur Umsetzung von Risikomanagementstrategien, um Projekterfolg und Kontinuität zu gewährleisten

Modul 18. Einführung in die Projektfinanzierung

- Vertiefen der finanziellen Grundlagen von Projekten, einschließlich der Bewertung der Durchführbarkeit und der Verwaltung der Finanzmittel
- In der Lage sein, die Rentabilität von Projekten zu berechnen und ihre wirtschaftliche Lebensfähigkeit zu gewährleisten

Modul 19. Einführung in die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten und Management der Integration von Technologieprojekten

- Vertiefen des Managements von Technologieprojekten, von der Planung bis zur Integration neuer Technologien in bestehende Prozesse
- Entwerfen und Verwalten von Technologieprojekten, die auf die strategischen Ziele der Organisation abgestimmt sind

Modul 20. Umfangsmanagement von Technologieprojekten

- Analysieren der Definition und Verwaltung des Umfangs von Technologieprojekten und Sicherstellen, dass die festgelegten Ziele ohne Abweichungen erreicht werden
- Entwickeln von Kompetenzen zur Steuerung der Erwartungen der *Stakeholder* und der Projektressourcen

Modul 21. Zeitmanagement von Technologieprojekten

- Vertiefen des effizienten Zeitmanagements in Technologieprojekten, einschließlich der Planung von Aktivitäten und der Optimierung von Fristen
- In der Lage sein, Engpässe zu erkennen und Lösungen zu implementieren, um eine termingerechte Projektabwicklung zu gewährleisten

Modul 22. Kostenmanagement von Technologieprojekten

- Fortbilden in der Planung und Kontrolle von Kosten in Technologieprojekten, um die Einhaltung des zugewiesenen Budgets zu gewährleisten
- Durchführen einer optimalen Kostenüberwachung und Treffen von Entscheidungen, die das Projekt innerhalb der festgelegten finanziellen Grenzen halten

Modul 23. Qualitätsmanagement von Technologieprojekten

- Vertiefen der Durchführung von Qualitätskontrollen in Technologieprojekten, um sicherzustellen, dass die erbrachten Leistungen den festgelegten Standards entsprechen
- Vertiefen der Messung und Bewertung der Qualität in allen Phasen des Projekts

Modul 24. Ressourcenmanagement von Technologieprojekten

- Untersuchen der effizienten Zuweisung und Verwaltung von Human-, Material- und Finanzressourcen in Technologieprojekten
- Optimieren des Ressourceneinsatzes und Sicherstellen des langfristigen Projekterfolgs

Modul 25. Management der Kommunikation und der *Stakeholder* von Technologieprojekten

- Entwickeln von Fähigkeiten zum Kommunikationsmanagement innerhalb des Projekts, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten die erforderlichen Informationen erhalten
- Fortbilden im Umgang mit den Erwartungen der *Stakeholder*, um ihre Interessen mit den Projektzielen in Einklang zu bringen

Modul 26. Beschaffungsmanagement von Technologieprojekten

- Vertiefen des Beschaffungsmanagements bei Technologieprojekten, um sicherzustellen, dass die richtigen Lieferanten ausgewählt und die Verträge effizient verwaltet werden
- Untersuchen der Aushandlung von Vereinbarungen, die den Erfolg des Projekts begünstigen

Modul 27. PMP®- oder CAPM®-Zertifizierung und Ethikkodex. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich Management und Leitung von Technologieprojekten

- Vertiefen der Vorbereitung auf die PMP®- oder CAPM®-Zertifizierung und die Umsetzung ethischer und nachhaltiger Praktiken im Management von Technologieprojekten
- Entwickeln von Kompetenzen bei der Übernahme neuer Trends und bewährter Verfahren, die das Management von Technologieprojekten verbessern

Es steht eine breite Palette von Lernressourcen zur Verfügung, die 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche zugänglich sind“

05

Karrieremöglichkeiten

Nach Abschluss des Studiengangs in Management von Technologieprojekten im Unternehmen werden die Fachleute über ein solides Verständnis der Methoden und Instrumente verfügen, die für die Planung, Durchführung und Überwachung komplexer Technologieprojekte erforderlich sind. Darüber hinaus werden die Absolventen Strategien entwerfen und umsetzen, die die Ressourcen optimieren und den Erfolg von Technologieinitiativen in Unternehmen sicherstellen. Auf diese Weise verbessern sie ihre Karriereperspektiven und übernehmen spezialisierte Rollen wie z. B. die des Managers für Technologieprojekte.

Sie werden digitale Transformationsprozesse in Unternehmen leiten und neue Technologien integrieren, um betriebliche Abläufe zu optimieren“

Profil des Absolventen

Der Absolvent des Studiengangs in Management von Technologieprojekten im Unternehmen ist hoch fortgebildet, um komplexe Technologieprojekte zu planen, durchzuführen und zu überwachen. Er verfügt über fundierte Kenntnisse über agile Methoden, digitale Tools und Managementstrategien, die die Ressourcen optimieren und den Erfolg technologischer Initiativen gewährleisten. Darüber hinaus ist er bereit, multidisziplinäre Teams zu leiten, mit verschiedenen Abteilungen zusammenzuarbeiten und als Bindeglied zwischen Technologie und Geschäftszielen zu fungieren, um Innovation und organisatorische Effizienz zu fördern.

Sie werden die Sicherheit und die Einhaltung von Vorschriften bei Technologieprojekten gewährleisten und digitale Vermögenswerte in hohem Maße schützen.

- **Projekt- und Zeitmanagement:** Eine entscheidende Kompetenz ist die Fähigkeit, Technologieprojekte effizient zu planen, zu organisieren und zu leiten, einschließlich Zeitmanagement, Ressourcenzuweisung und Koordinierung multidisziplinärer Teams zur Einhaltung von Fristen und Zielen
- **Kritisches Denken und Problemlösung:** Fachleute entwickeln die Fähigkeit, komplexe Situationen zu analysieren, technologische und geschäftliche Herausforderungen zu erkennen und innovative und effektive Lösungen zu entwickeln, die Prozesse optimieren und den Erfolg von Projekten sicherstellen
- **Fortgeschrittene digitale Kompetenz:** In der heutigen Zeit ist es für Fachleute unerlässlich, mit digitalen Tools und neuen Technologien umzugehen, von Software für das Projektmanagement bis hin zu Plattformen für die Datenanalyse, um die Durchführung und Überwachung von Technologieprojekten zu optimieren
- **Strategisches Denken:** Entwicklung der Fähigkeit, Technologieprojekte an den strategischen Zielen des Unternehmens auszurichten, Innovationsmöglichkeiten zu erkennen und sicherzustellen, dass Initiativen zum Wachstum und zur Nachhaltigkeit des Unternehmens beitragen

Nach Abschluss des weiterbildenden Masterstudiengangs werden Sie in der Lage sein, Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in den folgenden Positionen anzuwenden:

1. **Leiter von Technologieprojekten:** Experte für das Management und die Leitung von Technologieprojekten innerhalb des Unternehmens, der die Ausrichtung an den strategischen Zielen sicherstellt und die erfolgreiche Umsetzung im Zeit- und Kostenrahmen garantiert
2. **Manager für Innovation:** Verantwortlich für die Leitung technologischer Innovationsinitiativen, Entwicklung und Anwendung neuer Lösungen zur Verbesserung der Prozesse, Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens
3. **Koordinator für die Technologieeinführung:** Spezialist für die Koordinierung der Implementierung neuer Technologien und Systeme, der deren effektive Integration in die bestehende Infrastruktur und deren betriebliche Funktionalität sicherstellt
4. **Berater für das Management von Technologieprojekten:** Berät Unternehmen bei der Planung, Durchführung und Optimierung ihrer Technologieprojekte, um die Effizienz zu steigern, die Kosten zu senken und die Einhaltung der festgelegten Ziele zu gewährleisten
5. **Analyst von Technologieprojekten:** Verantwortlich für die Bewertung und Analyse der Leistung von Technologieprojekten, Ermittlung von Verbesserungsmöglichkeiten und Abgabe von Empfehlungen zur Optimierung von Ressourcen und Ergebnissen
6. **Spezialist für agile Methoden:** Experte in der Anwendung agiler Methoden für das Projektmanagement, der die Anpassungsfähigkeit, Zusammenarbeit und Effizienz in dynamischen und sich verändernden Umgebungen erleichtert
7. **Manager für Informationstechnologie:** Verantwortlich für die Beaufsichtigung und Leitung des IT-Betriebs, die Abstimmung von Technologieinitiativen mit den Geschäftsanforderungen und die Gewährleistung der betrieblichen Kontinuität
8. **Direktor für digitale Transformation:** Fachkraft, die die digitalen Transformationsprozesse im Unternehmen leitet und neue Technologien integriert, um Prozesse zu optimieren, die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und Innovationen zu fördern
9. **Koordinator für die Sicherheit von Technologieprojekten:** Verantwortlich für die Gewährleistung der Sicherheit und der Einhaltung von Vorschriften bei Technologieprojekten, den Schutz digitaler Vermögenswerte und die Minimierung von Cybersicherheitsrisiken
10. **Manager für Softwareentwicklung:** Softwareentwicklungsteams, der dafür sorgt, dass qualitativ hochwertige Produkte geliefert werden, die den Geschäftsanforderungen und Kundenerwartungen entsprechen

06

Studienmethodik

TECH ist die erste Universität der Welt, die die Methodik der ***case studies*** mit ***Relearning*** kombiniert, einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf geführten Wiederholungen basiert.

Diese disruptive pädagogische Strategie wurde entwickelt, um Fachleuten die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu aktualisieren und ihre Fähigkeiten auf intensive und gründliche Weise zu entwickeln. Ein Lernmodell, das den Studenten in den Mittelpunkt des akademischen Prozesses stellt und ihm die Hauptrolle zuweist, indem es sich an seine Bedürfnisse anpasst und die herkömmlichen Methoden beiseite lässt.

TECH bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“

Der Student: die Priorität aller Programme von TECH

Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.
Die pädagogischen Instrumente jedes Programms wurden unter Berücksichtigung der Anforderungen an Zeit, Verfügbarkeit und akademische Genauigkeit ausgewählt, die heutzutage nicht nur von den Studenten, sondern auch von den am stärksten umkämpften Stellen auf dem Markt verlangt werden.

Beim asynchronen Bildungsmodell von TECH entscheidet der Student selbst, wie viel Zeit er mit dem Lernen verbringt und wie er seinen Tagesablauf gestaltet, und das alles bequem von einem elektronischen Gerät seiner Wahl aus. Der Student muss nicht an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die er oft nicht wahrnehmen kann.
Die Lernaktivitäten werden nach eigenem Ermessen durchgeführt. Er kann jederzeit entscheiden, wann und von wo aus er lernen möchte.

Bei TECH gibt es KEINE Präsenzveranstaltungen (an denen man nie teilnehmen kann)“

Die international umfassendsten Lehrpläne

TECH zeichnet sich dadurch aus, dass sie die umfassendsten Studiengänge im universitären Umfeld anbietet. Dieser Umfang wird durch die Erstellung von Lehrplänen erreicht, die nicht nur die wesentlichen Kenntnisse, sondern auch die neuesten Innovationen in jedem Bereich abdecken.

Durch ihre ständige Aktualisierung ermöglichen diese Programme den Studenten, mit den Veränderungen des Marktes Schritt zu halten und die von den Arbeitgebern am meisten geschätzten Fähigkeiten zu erwerben. Auf diese Weise erhalten die Studenten, die ihr Studium bei TECH absolvieren, eine umfassende Vorbereitung, die ihnen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschafft, um in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Und das von jedem Gerät aus, ob PC, Tablet oder Smartphone.

> *Das Modell der TECH ist asynchron, d. h. Sie können an Ihrem PC, Tablet oder Smartphone studieren, wo immer Sie wollen, wann immer Sie wollen und so lange Sie wollen“*

Case studies oder Fallmethode

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftshochschulen der Welt. Sie wurde 1912 entwickelt, damit Studenten der Rechtswissenschaften das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernten, sondern auch mit realen komplexen Situationen konfrontiert wurden. Auf diese Weise konnten sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Bei diesem Lehrmodell ist es der Student selbst, der durch Strategien wie *Learning by doing* oder *Design Thinking*, die von anderen renommierten Einrichtungen wie Yale oder Stanford angewandt werden, seine berufliche Kompetenz aufbaut.

Diese handlungsorientierte Methode wird während des gesamten Studiengangs angewandt, den der Student bei TECH absolviert. Auf diese Weise wird er mit zahlreichen realen Situationen konfrontiert und muss Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und seine Ideen und Entscheidungen verteidigen. All dies unter der Prämisse, eine Antwort auf die Frage zu finden, wie er sich verhalten würde, wenn er in seiner täglichen Arbeit mit spezifischen, komplexen Ereignissen konfrontiert würde.

Relearning-Methode

Bei TECH werden die *case studies* mit der besten 100%igen Online-Lernmethode ergänzt: *Relearning*.

Diese Methode bricht mit traditionellen Lehrmethoden, um den Studenten in den Mittelpunkt zu stellen und ihm die besten Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Auf diese Weise kann er die wichtigsten Konzepte der einzelnen Fächer wiederholen und lernen, sie in einem realen Umfeld anzuwenden.

In diesem Sinne und gemäß zahlreicher wissenschaftlicher Untersuchungen ist die Wiederholung der beste Weg, um zu lernen. Aus diesem Grund bietet TECH zwischen 8 und 16 Wiederholungen jedes zentralen Konzepts innerhalb ein und derselben Lektion, die auf unterschiedliche Weise präsentiert werden, um sicherzustellen, dass das Wissen während des Lernprozesses vollständig gefestigt wird.

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.

Ein 100%iger virtueller Online-Campus mit den besten didaktischen Ressourcen

Um ihre Methodik wirksam anzuwenden, konzentriert sich TECH darauf, den Studenten Lehrmaterial in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen: Texte, interaktive Videos, Illustrationen und Wissenskarten, um nur einige zu nennen. Sie alle werden von qualifizierten Lehrkräften entwickelt, die ihre Arbeit darauf ausrichten, reale Fälle mit der Lösung komplexer Situationen durch Simulationen, dem Studium von Zusammenhängen, die für jede berufliche Laufbahn gelten, und dem Lernen durch Wiederholung mittels Audios, Präsentationen, Animationen, Bildern usw. zu verbinden.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Neurowissenschaften weisen darauf hin, dass es wichtig ist, den Ort und den Kontext, in dem der Inhalt abgerufen wird, zu berücksichtigen, bevor ein neuer Lernprozess beginnt. Die Möglichkeit, diese Variablen individuell anzupassen, hilft den Menschen, sich zu erinnern und Wissen im Hippocampus zu speichern, um es langfristig zu behalten. Dies ist ein Modell, das als *Neurocognitive context-dependent e-learning* bezeichnet wird und in diesem Hochschulstudium bewusst angewendet wird.

Zum anderen, auch um den Kontakt zwischen Mentor und Student so weit wie möglich zu begünstigen, wird eine breite Palette von Kommunikationsmöglichkeiten angeboten, sowohl in Echtzeit als auch zeitversetzt (internes Messaging, Diskussionsforen, Telefondienst, E-Mail-Kontakt mit dem technischen Sekretariat, Chat und Videokonferenzen).

Darüber hinaus wird dieser sehr vollständige virtuelle Campus den Studenten der TECH die Möglichkeit geben, ihre Studienzeiten entsprechend ihrer persönlichen Verfügbarkeit oder ihren beruflichen Verpflichtungen zu organisieren. Auf diese Weise haben sie eine globale Kontrolle über die akademischen Inhalte und ihre didaktischen Hilfsmittel, in Übereinstimmung mit ihrer beschleunigten beruflichen Weiterbildung.

> *Der Online-Studienmodus dieses Programms wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen“*

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Hochschulmethodik

Die Ergebnisse dieses innovativen akademischen Modells lassen sich an der Gesamtzufriedenheit der Absolventen der TECH ablesen.

Die Studenten bewerten die pädagogische Qualität, die Qualität der Materialien, die Struktur und die Ziele der Kurse als ausgezeichnet. Es überrascht nicht, dass die Einrichtung im global score Index mit 4,9 von 5 Punkten die von ihren Studenten am besten bewertete Universität ist.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss (Computer, Tablet, Smartphone) auf die Studieninhalte zugreifen, da TECH in Sachen Technologie und Pädagogik führend ist.

Sie werden die Vorteile des Zugangs zu simulierten Lernumgebungen und des Lernens durch Beobachtung, d. h. Learning from an expert, nutzen können.

In diesem Programm stehen Ihnen die besten Lehrmaterialien zur Verfügung, die sorgfältig vorbereitet wurden:

Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräfte, 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 ein audiovisuelles Format übertragen, das unsere Online-Arbeitsweise mit den neuesten Techniken ermöglicht, die es uns erlauben, Ihnen eine hohe Qualität in jedem der Stücke zu bieten, die wir Ihnen zur Verfügung stellen werden.

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.

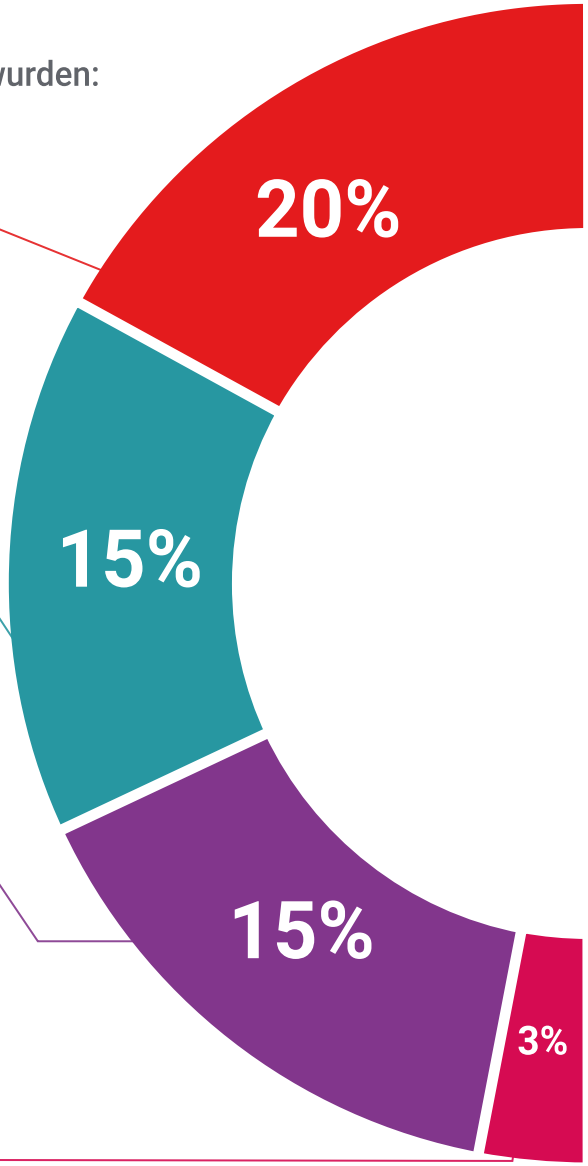
Interaktive Zusammenfassungen

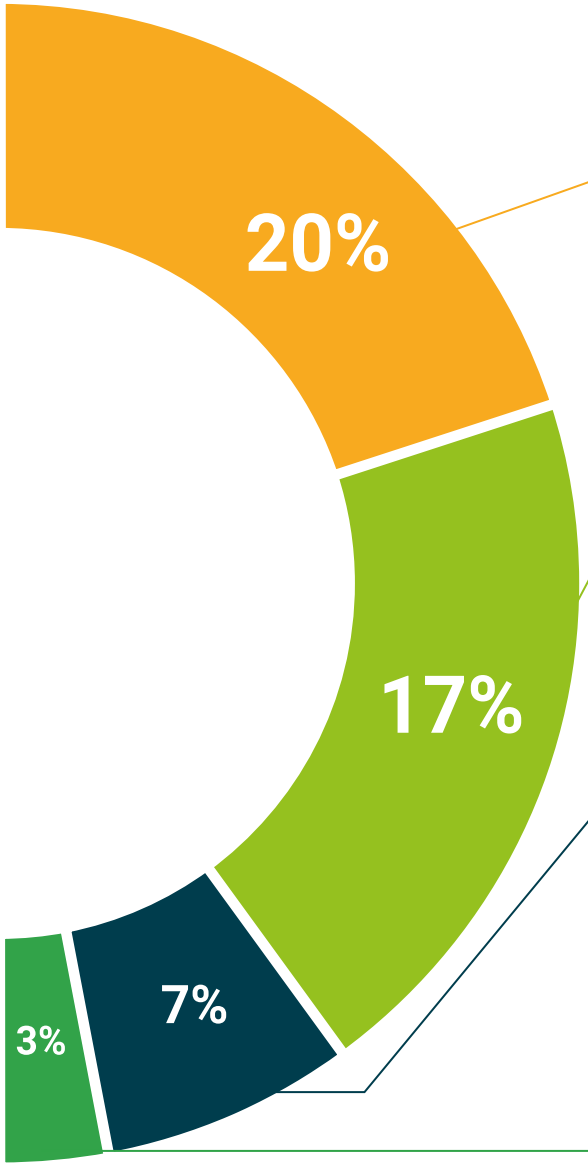
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.

Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente, internationale Leitfäden... In unserer virtuellen Bibliothek haben Sie Zugang zu allem, was Sie für Ihre Ausbildung benötigen.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten *case studies* zu diesem Thema bearbeiten. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.

Testing & Retesting

Während des gesamten Programms werden Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen getestet und wiederholt. Wir tun dies auf 3 der 4 Ebenen der Millerschen Pyramide.

Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte *Learning from an Expert* stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen in unsere zukünftigen schwierigen Entscheidungen.

Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.

07

Lehrkörper

Getreu ihrer Philosophie, die modernsten und vollständigsten Hochschulabschlüsse der akademischen Szene anzubieten, hat TECH ihre verschiedenen Lehrkörper sorgfältig ausgewählt. Für dieses Programm hat sie die führenden Experten auf dem Gebiet des technologischen Projektmanagements in Unternehmen zusammengebracht. Diese Fachleute verfügen über einen umfangreichen beruflichen Hintergrund, in dem sie zahlreiche innovative Lösungen entwickelt haben, um Institutionen bei der Verbesserung ihrer Betriebsabläufe zu unterstützen und ihre langfristige Nachhaltigkeit zu gewährleisten. So kommen die Studenten in den Genuss einer umfassenden Erfahrung, die es ihnen ermöglicht, in ihrer beruflichen Laufbahn einen deutlichen Qualitätssprung zu machen.

Sie werden von einem Dozententeam unterstützt, das sich aus echten Spezialisten für das Management von Technologieprojekten im Unternehmen zusammensetzt“

Internationaler Gastdirektor

J. Michael DeAngelis kann auf eine lange Karriere im Hochschulbereich zurückblicken und hat als **Rundfunksprecher**, **Drehbuchautor** und **Schauspieler** gearbeitet. Nachdem er verschiedene akademische Positionen an der Universität von Pennsylvania innehatte, wurde er zum **Direktor für Kommunikation und Technologie** an dieser nordamerikanischen Einrichtung ernannt. Dort ist er für die Produktion und Präsentation des wöchentlichen Nachrichten-Podcasts **CS Radio** verantwortlich. Er ist außerdem Miterfinder des Comedy-Podcasts Mission: Rejected, bei dem er Regie führt, schreibt und produziert.

Im Laufe seiner Karriere hat er für lokale Bildungsfernsehsender und **Radiosender** in den Nachrichtenredaktionen gearbeitet. Nach seinem Abschluss in **Darstellenden Künsten** am Muhlenberg College war er außerdem Direktor von **The Porch Room**, einer Produktionsfirma für Podcasts, Film und Theater. Dadurch hatte er die Möglichkeit, verschiedene Funktionen im Bereich **Kommunikation** und **Unterhaltung** zu übernehmen. Er hat auch Aufgaben vor und hinter den Mikrofonen im Bereich der Nachrichten und der Unterhaltung wahrgenommen.

Insbesondere mit dem Aufkommen von **Podcasts** und deren stetigem Wachstum hat sich dieser Experte auf die Erstellung und Produktion dieser Art von Audioinhalten spezialisiert. Durch sie und dank seiner Erfahrung als Schauspieler gelingt es ihm, den Hörern nicht nur Informationen und Geschichten, sondern auch Emotionen durch seine Stimme zu vermitteln.

Andererseits wurde DeAngelis bereits mehrfach für seine Theaterarbeit ausgezeichnet. Sein Stück *Drop* wurde 2009 beim **Samuel French Off-Off Broadway Short Play Festival** prämiert. Im selben Jahr gewann er für Accidents Happen den **Perry Award** der **New Jersey Association of Community Theatres (NJACT)** für die beste Produktion eines Originalstücks. Gleichzeitig hat ihm seine herausragende Karriere die Mitgliedschaft in der **Dramatist Guild of America** eingebracht.

Hr. DeAngelis, J. Michael

- Direktor für Kommunikation und Technologie an der Universität von Pennsylvania, USA
- Direktor der Produktionsfirma The Porch Room
- Moderator des wöchentlichen Nachrichten-Podcasts CS Radio
- Broadcaster und *Podcaster*
- NJACT Perry Award
- Hochschulabschluss in Darstellenden Künsten vom Muhlenberg College
- Abschluss in Schauspiel und Theaterkritik am Goldsmiths College der Universität von London
- Mitglied von: Dramatists Guild of America

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

Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Fortbildungserlebnis, das Ihre berufliche Entwicklung fördert"

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 Luminate 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

Wendy Thole-Muir, Gewinnerin des *„International Content Marketing Awards“* für ihre Kreativität, Führungsqualitäten und die Qualität ihrer informativen Inhalte, ist eine renommierte **Kommunikationsdirektorin**, die sich auf den Bereich des **Reputationsmanagements** spezialisiert hat.

In diesem Sinne hat sie eine solide berufliche Laufbahn von mehr als zwei Jahrzehnten in diesem Bereich entwickelt, die sie zu renommierten internationalen Referenzunternehmen wie **Coca-Cola** geführt hat. Zu ihren Aufgaben gehören die Überwachung und das Management der Unternehmenskommunikation sowie die Kontrolle des Unternehmensimages. Unter anderem hat sie die Implementierung der **internen Interaktionsplattform** Yammer geleitet. Dank dieser Plattform konnten die Mitarbeiter ihr Engagement für die Marke erhöhen und eine Gemeinschaft schaffen, die die Informationsübermittlung deutlich verbessert hat.

Außerdem war sie für die Kommunikation der **strategischen Investitionen** der Unternehmen in verschiedenen afrikanischen Ländern zuständig. Ein Beispiel dafür ist, dass sie den Dialog über bedeutende Investitionen in Kenia geleitet hat, um das Engagement der Unternehmen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung des Landes zu unterstreichen. Zudem hat sie zahlreiche **Auszeichnungen** für ihre Fähigkeit erhalten, die Wahrnehmung der Unternehmen in allen Märkten, in denen sie tätig ist, zu steuern. Auf diese Weise hat sie dafür gesorgt, dass die Unternehmen ein hohes Ansehen genießen und die Verbraucher sie mit hoher Qualität in Verbindung bringen.

Darüber hinaus hat sie in ihrem festen Engagement für Spitzenleistungen aktiv an renommierten globalen **Konferenzen** und **Symposien** teilgenommen, um Informationsexperten dabei zu helfen, an der Spitze der ausgefeiltesten Techniken zur **Entwicklung erfolgreicher strategischer Kommunikationspläne** zu bleiben. Auf diese Weise hat sie zahlreichen Experten geholfen, institutionelle Krisensituationen vorauszusehen und negative Ereignisse effektiv zu bewältigen.

Fr. Thole-Muir, Wendy

- Direktorin für strategische Kommunikation und Unternehmensreputation bei Coca-Cola, Südafrika
- Leiterin der Abteilung Unternehmensreputation und Kommunikation bei ABI at SABMiller in Löwen, Belgien
- Kommunikationsberaterin bei ABI, Belgien
- Beraterin für Reputation und Kommunikation bei Third Door in Gauteng, Südafrika
- Masterstudiengang in Sozialverhaltensforschung an der Universität von Südafrika
- Masterstudiengang in Kunst mit Spezialisierung in Soziologie und Psychologie an der Universität von Südafrika
- Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Industriesoziologie an der Universität von KwaZulu-Natal
- Hochschulabschluss in Psychologie an der Universität von Südafrika

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. Romero Mariño, Brunil Dalila

- Promotion in Informations- und Kommunikationstechnologien
- Promotion in Informations- und Kommunikationstechnologien an der Universität von Granada (UGR), Spanien
- Datenbankverwalterin, Vereinigung OCREM, Granada
- Beraterin für Softwareprojekte und Projekte im Bereich technologische Architektur für verschiedene Unternehmen in Venezuela
- Universitätsprofessorin für Informatik in der Abteilung für Prozesse und Systeme an der Universität Simón Bolívar (USB), Venezuela
- Forscherin in *Software Engineering* und verwandten Bereichen, Abteilung für Prozesse und Systeme der USB, Venezuela
- Tutorin für Praktika an der USB, Venezuela
- Universitätsprofessorin für Informatik an der Fakultät für Systemtechnik der Universität Bicentenaria von Aragua (UBA), Venezuela
- Direktorin der Schule für Elektronik und Koordinatorin der Kommission für besondere Studienabschlussprojekte des Universitären Instituts für Technologie Antonio José de Sucre (UTS), Venezuela
- Systemtechnikerin von der UBA, Venezuela
- Expertin für Kommunikation und Datenkommunikationsnetze von der Zentralen Universität von Venezuela (UCV)
- Masterstudiengang in Systemtechnik an der USB, Venezuela
- Prüfungsmitglied in Doktoratsprojekten an der Amerikanischen Universität von Europa (UNADE)

Hr. Pampliega, Carlos

- Leiter des Büros für Projekt- und Risikomanagement, Berater und Ausbilder an verschiedenen Universitäten und Wirtschaftsschulen
- Direktor des Projektmanagementkurses, Wirtschaftsschule CEU Castilla y León
- Direktor der PMI Niederlassung Castilla y León
- Aktives Mitglied des PMI-Madrid Spain Chapter
- Mitglied des Redaktionsausschusses der wissenschaftlichen Zeitschrift Building & Management
- Mitglied des PMO-Jurykomitees der PMO Global Alliance Awards
- Architekt mit Spezialisierung auf Projekt- und Risikomanagement
- Certified Associate in Risk Management von der George Washington University
- Zertifikat für Projektmanagement-Profis (PMP)
- Professioneller Scrum Masterstudiengang, zertifiziert von Scrum.org

Professoren

Dr. Roji Ferrari, Salvador

- Spezialist in Rechnungswesen und Finanzen
- Autor mehrerer Bücher über Finanzen und Betriebswirtschaft
- Promotion in Rechnungswesen und Finanzen an der Universität Complutense von Madrid
- Hochschulabschluss in Journalismus von der Universität Complutense von Madrid
- Masterstudiengang in Finanzwissenschaften an der Universität von Maryland & Baltimore
- Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre (MBA) an der Universität von Maryland & Baltimore

08

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Management von Technologieprojekten im Unternehmen 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 **Weiterbildender Masterstudiengang in Management von Technologieprojekten im Unternehmen** 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: **Weiterbildender Masterstudiengang in Management von Technologieprojekten im Unternehmen**

Modalität: **online**

Dauer: **2 Jahre**

tech technologische universität

Verleiht dieses

DIPLOM

an

Herr/Frau _____, mit Ausweis-Nr. _____

Für den erfolgreichen Abschluss und die Akkreditierung des Programms

WEITERBILDENDER MASTERSTUDIENGANG

in

Management von Technologieprojekten im Unternehmen

Es handelt sich um einen von dieser Universität verliehenen Abschluss, mit einer Dauer von 3.000 Stunden, mit Anfangsdatum tt/mm/jjjj und Enddatum tt/mm/jjjj.

TECH ist eine private Hochschuleinrichtung, die seit dem 28. Juni 2018 vom Ministerium für öffentliche Bildung anerkannt ist.

Zum 17. Juni 2020

Tere Guevara Navarro
Rektorin

einzigartiger Code TECH: AFWOR23S techtitute.com/titel

Weiterbildender Masterstudiengang in Management von Technologieprojekten im Unternehmen

Allgemeiner Aufbau des Lehrplans

Kurs	Modul	ECTS	Kategorie
1°	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen	111	OB
1°	Strategisches Management und Unternehmensführung	111	OB
1°	Personal- und Talentmanagement	111	OB
1°	Wirtschafts- und Finanzmanagement	111	OB
1°	Betriebs- und Logistikmanagement	111	OB
1°	Management von Informationssystemen	111	OB
1°	Kaufmännisches Management, Strategisches Marketing und Unternehmenskommunikation	111	OB
1°	Marktforschung, Werbung und kaufmännische Leitung	111	OB
1°	Innovation und Projektleitung	111	OB
1°	Geschäftsleitung	111	OB
1°	Projektumfang und Zeitplan	111	OB
1°	Wirtschaftliche Verwaltung des Projekts	111	OB
1°	Auftragsvergabe und Projektqualität	111	OB
1°	Unternehmen und innovative Projekte	111	OB

Kurs	Modul	ECTS	Kategorie
2°	Agile Methoden	111	OB
2°	PMO	111	OB
2°	Management der Projektrisiken	111	OB
2°	Einführung in die Projektfinanzierung	111	OB
2°	Einführung in die Gestaltung und das Management von Technologieprojekten und Management der Integration von Technologieprojekten	111	OB
2°	Umfangsmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	Zeitmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	Kostenmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	Qualitätsmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	Ressourcenmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	Management der Kommunikation und der Stakeholder von Technologieprojekten	111	OB
2°	Beschaffungsmanagement von Technologieprojekten	111	OB
2°	PMP®- oder CAPM®-Zertifizierung und Ethikkodex. Aufkommende Trends und Praktiken im Bereich Management und Leitung von Technologieprojekten	114	OB

Tere Guevara Navarro
Rektorin

tech technologische universität

*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.

tech technologische universität

Weiterbildender Masterstudiengang

Management von Technologieprojekten im Unternehmen

- Modalität: **online**
- Dauer: **2 Jahre**
- Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**
- Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- Prüfungen: **online**

Weiterbildender Masterstudiengang

Management von Technologieprojekten im Unternehmen

tech technologische universität