

# Executive Master

MBA in Finanzmanagement  
(CFO, Chief Financial Officer)



## Executive Master MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer)

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

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-finanzmanagement-cfo-chief-financial-officer](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-finanzmanagement-cfo-chief-financial-officer)

# Index

01

Präsentation des Programms

---

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

---

Seite 8

03

Lehrplan

---

Seite 12

04

Lehrziele

---

Seite 24

05

Karrieremöglichkeiten

---

Seite 30

06

Studienmethodik

---

Seite 34

07

Lehrkörper

---

Seite 44

08

Qualifizierung

---

Seite 64

# 01

# Präsentation des Programms

Das Finanzmanagement ist ein strategischer Pfeiler in der Geschäftswelt, der für wirtschaftliche Stabilität sorgt, die Rentabilität optimiert und die Entscheidungsfindung für nachhaltiges Wachstum steuert. Seine Arbeit geht über das Budget- und Kostenmanagement hinaus und umfasst Investitions-, Finanzierungs- und Expansionsstrategien. Sie mindert auch finanzielle Risiken, gewährleistet die Einhaltung von Vorschriften und stärkt die Beziehungen zu Investoren und Märkten. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld ist ihre Rolle entscheidend für die Maximierung der Investitionsrendite und die Konsolidierung der Position des Unternehmens. Aus diesem Grund innoviert TECH die finanzielle Transformation mit strategischem Weitblick und fortschrittlicher Technologie und bildet Fachleute fort, die in der Lage sind, die Zukunft des Finanzmanagements in einem sich ständig weiterentwickelnden Markt zu gestalten.





*Mit diesem 100%igen Online-MBA werden Sie strategische Finanzentscheidungen treffen, die die Ressourcen von Organisationen mit ihren langfristigen Zielen in Einklang bringen“*

Der technologische Fortschritt und die ständigen Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds haben das Finanzmanagement verändert, was sowohl Chancen als auch Herausforderungen für die Unternehmen mit sich bringt. Zu den bedeutendsten Fortschritten gehören die Digitalisierung der Finanzen und die Prozessautomatisierung, die eine genauere, flexiblere und strategischere Analyse von Finanzdaten ermöglichen. Hinzu kommt die Einführung von Technologien, die das Transaktionsmanagement, die Datensicherheit und die globalen Finanzoperationen revolutionieren.

Diese Fortschritte bringen jedoch auch erhebliche Herausforderungen mit sich. Eine davon ist die Cybersicherheit, da die Unternehmen durch die zunehmende Digitalisierung einem größeren Risiko von Betrug und Cyberangriffen ausgesetzt sind. Darüber hinaus zwingt die wirtschaftliche und regulatorische Unsicherheit die Direktoren dazu, flexiblere und widerstandsfähigere Strategien zu entwickeln, um mit Finanzkrisen, Inflation und Änderungen der Steuervorschriften umzugehen.

Eine weitere zentrale Herausforderung ist das Talentmanagement im Finanzbereich, da die digitale Transformation Fachleute mit fortgeschrittenen analytischen und technologischen Fähigkeiten erfordert. Die zunehmende Vernetzung der Märkte zwingt CFOs dazu, Entscheidungen in einem dynamischeren Umfeld zu treffen, in dem Faktoren wie Währungsvolatilität, Inflation und Zinsschwankungen die Rentabilität von Unternehmen erheblich beeinflussen können. Außerdem hat das Aufkommen von Modellen, die auf der digitalen Wirtschaft und der Nachhaltigkeit basieren, die Unternehmen dazu veranlasst, ESG-Kriterien (*Environmental, Social and Governance*) in ihre Finanzstrategien zu integrieren, was die Entscheidungsfindung um neue Variablen erweitert. Auf diese Weise wird der MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer) als eines der Programme mit der modernsten Lehrmethodik auf dem Markt angeboten.

All dies wird durch eine 100%ige Online-Unterrichtsmethodik realisiert, die es den Fachleuten ermöglicht, ihre Arbeit ohne Unterbrechung fortzusetzen und sich ganz an ihre persönlichen Umstände anzupassen.

Dieser **Executive Master MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

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



*Sie werden Führungs- und Entscheidungsfähigkeiten in komplexen Finanzsituationen entwickeln, wobei der Schwerpunkt auf der Maximierung des Shareholder Value liegt“*

“

*Sie werden effiziente Finanzkontrollsysteme überwachen, die die Rentabilität des Unternehmens und die korrekte Zuweisung von Ressourcen gewährleisten“*

Das Dozententeam besteht aus Fachleuten aus dem Bereich des Finanzmanagements (CFO, Chief Financial Officer), die ihre Erfahrungen in dieses Programm einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten aus führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen der Fachkraft ein situierendes 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.

*Sie werden anhand realer Fälle und der Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen lernen.*

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



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.

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### 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.

### 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.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

### 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.

La metodología  
más eficaz

### 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.

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

#### 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

Der Lehrplan des Executive Masters MBA in Finanzmanagement (CFO) ist so konzipiert, dass er ein umfassendes akademisches Angebot im Bereich des strategischen Finanzmanagements im Unternehmensumfeld bietet. Er deckt Schlüsselbereiche wie Unternehmensfinanzierung, Investitionsanalyse, Risikomanagement und Kapitalstrukturierung ab und verbindet theoretisches Wissen mit einem praktischen, entscheidungsorientierten Ansatz. Darüber hinaus umfasst das Programm wichtige Module zu fortgeschrittener Rechnungslegung, Steuerplanung, Finanzvorschriften und Haushaltskontrolle, um die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens zu gewährleisten.





“

*Sie werden multidisziplinäre Teams  
im Finanzbereich leiten und dabei die  
Zusammenarbeit und die Leistung fördern“*

## Modul 1. Strategische Ausrichtung und Management

- 1.1. Organisatorische Gestaltung
  - 1.1.1. Organisatorische Kultur
  - 1.1.2. Gestaltung der Organisationsstruktur
  - 1.1.3. Wettbewerbsvorteile in Organisationen
- 1.2. *Cross-Cultural Management*
  - 1.2.1. Die kulturelle Dimension des internationalen Managements
  - 1.2.2. Globalisierung in der Unternehmensführung
  - 1.2.2. Interkulturelle Führung
- 1.3. *General Management*
  - 1.3.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
  - 1.3.2. Management-Politik und -Prozesse
  - 1.3.3. *Society and Enterprise*
- 1.4. Strategische Ausrichtung
  - 1.4.1. Festlegen der strategischen Position: Auftrag, Vision und Werte
  - 1.4.2. Entwicklung neuer Geschäftsfelder
  - 1.4.3. Wachstum und Konsolidierung des Unternehmens.
- 1.5. Wettbewerbsfähige Strategie
  - 1.5.1. Marktanalyse
  - 1.5.2. Nachhaltiger Wettbewerbsvorteil
  - 1.5.3. Rentabilität der Investition
- 1.6. Unternehmensstrategie
  - 1.6.1. *Driving Corporate Strategy*
  - 1.6.2. *Pacing Corporate Strategy*
  - 1.6.3. *Framing Corporate Strategy*
- 1.7. Planung und Strategie
  - 1.7.1. Die Bedeutung der strategischen Ausrichtung im Managementkontrollprozess
  - 1.7.2. Analyse des Umfelds und der Organisation
  - 1.7.3. *Lean Management*
- 1.8. Implementierung der Strategie
  - 1.8.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
  - 1.8.2. Strategische Karte
  - 1.8.3. Differenzierung und Anpassung

## Modul 2. Managementfähigkeiten und Führungsqualitäten

- 2.1. Die Menschen in Organisationen
  - 2.1.1. Qualität des Arbeitslebens und psychisches Wohlbefinden
  - 2.1.2. Teamarbeit und Leitung von Sitzungen
  - 2.1.3. Coaching und Teammanagement
  - 2.1.4. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
- 2.2. Talentmanagement
  - 2.2.1. Management des Humankapitals
  - 2.2.2. Umwelt, Strategie und Metrik
  - 2.2.3. Innovation im Personalmanagement
- 2.3. Managemententwicklung und Führung
  - 2.3.1. Führung und Führungsstile
  - 2.3.2. Motivation
  - 2.3.3. Emotionale Intelligenz
  - 2.3.4. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0
  - 2.3.5. Effiziente Meetings
- 2.4. Änderungsmanagement
  - 2.4.1. Leistungsanalyse
  - 2.4.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen
  - 2.4.3. Management von Veränderungsprozessen
  - 2.4.4. Leitung multikultureller Teams
- 2.5. Strategische Kommunikation
  - 2.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 2.5.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 2.5.3. Interne Kommunikation und integrierter Kommunikationsplan
  - 2.5.4. Hindernisse für die Unternehmenskommunikation
- 2.6. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
  - 2.6.1. Wirksame Verhandlungstechniken
  - 2.6.2. Interpersonelle Konflikte
  - 2.6.3. Interkulturelle Verhandlung

**Modul 3. Marketingmanagement und Operationen**

- 3.1. Marketingmanagement
  - 3.1.1. *The Customer Relationship Cycle*
  - 3.1.2. Individualisierung vs. Standardisierung
  - 3.1.3. *CRM Applications and Data Mining*
- 3.2. Marketingstrategie und -plan
  - 3.2.1. Marktforschung
  - 3.2.2. *Digital Marketing and Integrated Communications*
  - 3.2.3. *Mobile Marketing*
- 3.3. *Customer Relationship Management*
  - 3.3.1. Auswahl des Zielmarktes und Produktpositionierung
  - 3.3.2. Entwicklung des Marketingplans
  - 3.3.3. Gestaltung und Verwaltung der Lieferkette
- 3.4. Internationalisierungsstrategien und globales Marketing
  - 3.4.1. *The Customer Relationship Cycle*
  - 3.4.2. Individualisierung vs. Standardisierung
  - 3.4.3. *CRM Applications and Data Mining*
- 3.5. Kaufmännisches Management und Vertriebsmanagement
  - 3.5.1. Planung von Verkaufskampagnen
  - 3.5.2. Kaufmännische Organisation und Organisation des Vertriebsteams
  - 3.5.3. Maßnahmen zur Auswahl und Schulung von Verkäufern
- 3.6. *Supply Chain Management*
  - 3.6.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
  - 3.6.2. Veränderte Nachfragemuster
  - 3.6.3. Änderung der Betriebsstrategie
  - 3.6.4. Logistische Prozesse
- 3.7. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf
  - 3.7.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
  - 3.7.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
  - 3.7.3. Informationssysteme im Betriebsablauf
- 3.8. *Business Information Systems*
  - 3.8.1. *Project Management*
  - 3.8.2. *Social Media Management und Digital Business*
  - 3.8.3. *Business Intelligence*

**Modul 4. Finanzbuchhaltung**

- 4.1. Elemente und Formulierung des Jahresabschlusses
  - 4.1.1. Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang zum Jahresabschluss
  - 4.1.2. Aufstellung der Veränderungen im Eigenkapital
  - 4.1.3. Kapitalflussrechnung
  - 4.1.4. Richtlinien für die Erstellung von Jahresabschlüssen
  - 4.1.5. Modelle für Jahresabschlüsse
- 4.2. Bewertungskriterien
  - 4.2.1. Historische Kosten
  - 4.2.2. Beizulegender Zeitwert
  - 4.2.3. Nettoveräußerungswert
  - 4.2.4. Gebrauchswert
  - 4.2.5. Buch oder Buchwert
  - 4.2.6. Kreative Buchhaltung
- 4.3. Sachanlagen und immaterielles Anlagevermögen
  - 4.3.1. Vorschriften und Formen der Auftragsvergabe
  - 4.3.2. Abschreibung
  - 4.3.3. Wertminderungs- oder Veräußerungsverluste
  - 4.3.4. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
- 4.4. Finanzinstrumente
  - 4.4.1. Finanzielle Vermögenswerte
  - 4.4.2. Finanzielle Verbindlichkeiten
  - 4.4.3. Risikobewertung, -erkennung und -management
  - 4.4.4. *Hedging-* und Handelsgeschäfte
  - 4.4.5. Rechnungslegung für Eigenkapitalinstrumente
- 4.5. Untersuchung und Bewertung der Eigenmittel
  - 4.5.1. Eigenkapital in der Vermögensübersicht
  - 4.5.2. Zuschüsse, Spenden und Vermächtnisse
  - 4.5.3. Eigenmittel und Anpassungen für Wertveränderungen
- 4.6. Umstrukturierungen
  - 4.6.1. Fusionen
  - 4.6.2. *Splits*
  - 4.6.3. Bargeldlose Beiträge
  - 4.6.4. Wert-Swaps

- 4.7. Gewinnsteuer
  - 4.7.1. Struktur der Unternehmenssteuer
  - 4.7.2. Berechnung und Verbuchung des aufgelaufenen Steueraufwands
  - 4.7.3. Ständige und vorübergehende Unterschiede
- 4.8. Buchhaltung in Fremdwährung
  - 4.8.1. Funktionale Währung und Berichtswährung
  - 4.8.2. Bewertung von monetären und nicht monetären Posten
  - 4.8.3. Zeitweilige Differenzen bei Fremdwährungstransaktionen

## Modul 5. Internes Rechnungswesen

- 5.1. Grundlagen des internen Rechnungswesens
  - 5.1.1. Ziele des internen Rechnungswesens
  - 5.1.2. Qualitative Merkmale von Rechnungslegungsinformationen
  - 5.1.3. Entwicklung des internen Rechnungswesens
- 5.2. Von der allgemeinen Buchhaltung zur Kostenrechnung
  - 5.2.1. Elemente der Kostenrechnung
  - 5.2.2. Bestand in der allgemeinen Buchhaltung und Kostenrechnung
  - 5.2.3. Ausgaben in der allgemeinen Buchhaltung und Kostenrechnung
  - 5.2.4. Klassifizierung der Kosten
- 5.3. Kosten/Volumen der Operationen/Nutzen-Analyse
  - 5.3.1. Merkmale und Annahmen der Methode des Kosten-Volumen-Nutzen
  - 5.3.2. *Break-Even Point*
  - 5.3.3. Sicherheitsspanne
  - 5.3.4. Unsicherheitssituationen in der Kosten-Volumen-Nutzen-Analyse
- 5.4. Informationssysteme und *Business Intelligence*
  - 5.4.1. Grundlagen und Klassifizierung
  - 5.4.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
  - 5.4.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 5.5. *Direct Costing*
  - 5.5.1. Analytische Ergebnisse des *Direct Costing* als Managementinstrument
  - 5.5.2. Fixe und variable Kosten: Klassifizierung
  - 5.5.3. Halbbruttospanne für die Produktivitätsstudie
  - 5.5.4. Analytische Bilanzstudie

- 5.6. Haushaltskontrolle
  - 5.6.1. Haushaltsplanung und -kontrolle
  - 5.6.2. Operative Haushaltspläne
  - 5.6.3. Modalitäten der Aufstellung des Haushaltsplans
  - 5.6.4. Haushaltskontrolle und Abweichungen
- 5.7. Standardkosten
  - 5.7.1. Definition und Arten von Standardkosten
  - 5.7.2. Flexible Haushaltsplanung der indirekten Lasten
  - 5.7.3. Vollkostenstelle und Vollkostenmodell
  - 5.7.4. Abweichungen in der Standardkostenrechnung
- 5.8. Entscheidungsfindung im internen Rechnungswesen
  - 5.8.1. Organisation der Produktion und Kosten für die Entscheidungsfindung
  - 5.8.2. Analyse von Wirtschafts- und Finanzberichten und deren Auswirkungen auf Unternehmensentscheidungen
  - 5.8.3. Finanzinformationen für die kurz- und langfristige Entscheidungsfindung
  - 5.8.4. Umgang mit Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung
  - 5.8.5. Planung und Kostenanalyse für Wettbewerbsvorteile

## Modul 6. Strategische Planung und Managementkontrolle

- 6.1. Managementkontrolle
  - 6.1.1. Finanzpolitik und Wachstum
  - 6.1.2. Information als Instrument der Managementkontrolle
  - 6.1.3. Managementkontrolle als Planungs- und Steuerungssystem
  - 6.1.4. Funktionen des *Controllers*
  - 6.1.5. Anwendungsbereich der Managementkontrolle
- 6.2. Finanzberichterstattung und Managemententscheidungen
  - 6.2.1. Finanzielle oder juristische Buchhaltung
  - 6.2.2. Analytische oder Kostenrechnung
  - 6.2.3. Kontrolle der Buchhaltung
- 6.3. Kassenverwaltung
  - 6.3.1. Betriebskapital und Betriebskapitalbedarf
  - 6.3.2. Berechnung des operativen Bargeldbedarfs
  - 6.3.3. *Credit Management*
  - 6.3.4. Fonds-, Vermögens- und *Family-Offices*-Verwaltung

- 6.4. *Cash Management*
  - 6.4.1. Bankfinanzierung von Betriebskapital
  - 6.4.2. Organisation der Kassenabteilung
  - 6.4.3. Zentralisierte Kassenverwaltung
- 6.5. Planung und Kontrolle von Kompetenzzentren
  - 6.5.1. Entwurf eines Managementkontrollsystems
  - 6.5.2. Abweichungen bei der Verwaltungskontrolle
- 6.6. Der Prozess der Strategieformulierung und -planung
  - 6.6.1. Formulierung und Inhalt des Strategieplans
  - 6.6.2. *Balanced Scorecard*
  - 6.6.3. Terminologie und Grundkonzepte
- 6.7. Organisatorische Planung
  - 6.7.1. Geschäftseinheiten und Transferpreise
  - 6.7.2. Fertigungs-, Produktions-, Support- und Vertriebsstandorte
  - 6.7.3. Aufgaben und Zuständigkeiten der Finanzdirektion
- 6.8. Indikatoren als Kontrollinstrument
  - 6.8.1. *Dashboard*
  - 6.8.2. Anzahl und Format der Indikatoren
  - 6.8.3. Strategische Planung

## Modul 7. Banken und Finanzmärkte

- 7.1. Das wirtschaftliche Umfeld und die Finanzmärkte
  - 7.1.1. Messung der Finanztätigkeit
  - 7.1.2. Wichtigste Finanzaggregate
  - 7.1.3. Märkte und Kontrolle der Finanzströme
  - 7.1.4. Die aktuelle Finanzkrise
- 7.2. Bankmanagement
  - 7.2.1. Verbriefungen
  - 7.2.2. Derivate und strukturierte Produkte
  - 7.2.3. Konsortialfinanzierung
  - 7.2.4. Untersuchung der erzielten Rentabilität

- 7.3. Finanzinstrumente und -märkte
  - 7.3.1. Festverzinsliche Wertpapiere. Bewertung und Preisfestsetzung
  - 7.3.2. Aktien
  - 7.3.3. Derivate
  - 7.3.4. Investmentfonds
- 7.4. Finanzanalyse und -planung
  - 7.4.1. Analyse der Bilanz
  - 7.4.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
  - 7.4.3. Analyse der Rentabilität
- 7.5. Finanzprodukte
  - 7.5.1. Staatliche und kombinierte festverzinsliche Anlagen
  - 7.5.2. Vermögenswerte
  - 7.5.3. Derivative Finanzprodukte
  - 7.5.4. Strukturierte Finanzprodukte
- 7.6. Kollektive Kapitalanlagen
  - 7.6.1. Finanzprodukte für kollektive Anlagen
  - 7.6.2. Internationale gemeinsame Anlagen
- 7.7. Verwaltung des Portfolios
  - 7.7.1. Portfoliotheorie
  - 7.7.2. Anleihen- und Aktienmanagementstile
  - 7.7.3. Gemischte Portfolio-Management-Stile
  - 7.7.4. Techniken der *Asset Allocation*
- 7.8. *Private Banking*
  - 7.8.1. *Private Banking* oder Vermögensverwaltung
  - 7.8.2. Private und institutionelle Investitionen
  - 7.8.3. Unterschiedliche Vermögenswerte und Strukturen

## Modul 8. Finanzielle Risiken und Unternehmensfinanzierung

- 8.1. Finanzmanagement und Unternehmensfinanzen
  - 8.1.1. Unternehmensführung und Wertschöpfung
  - 8.1.2. Kapitalstruktur und finanzieller *Leverage*
  - 8.1.3. Gewichteter durchschnittlicher Kapitalkostensatz
  - 8.1.4. *Capital Asset Pricing Model* und andere Modelle
- 8.2. Methoden der Unternehmensbewertung
  - 8.2.1. Dividendenrabatt
  - 8.2.2. Flow-Diskontierung
  - 8.2.3. Vergleichbare Multiplikatoren
- 8.3. Korporative Vorgänge
  - 8.3.1. Fusionen
  - 8.3.2. Übernahmen
  - 8.3.3. *Mergers and Acquisitions*
  - 8.3.4. Steuerregelung für Umstrukturierungen
- 8.4. Studie über andere Unternehmensformen
  - 8.4.1. Nicht börsennotierte Unternehmen
  - 8.4.2. SMES
  - 8.4.3. Familienunternehmen
  - 8.4.4. Stiftungen und gemeinnützige Organisationen
  - 8.4.5. Unternehmen der Sozialwirtschaft
- 8.5. Risikoüberwachung und -kontrolle
  - 8.5.1. Managementkontrollsysteme
  - 8.5.2. Risiken und interne Kontrolle
  - 8.5.3. Überprüfung und Audit des Kontrollsystems
  - 8.5.4. Finanzielles Risikomanagement
- 8.6. Risiko, Rentabilität und Verschuldung
  - 8.6.1. Wirtschaftliche und finanzielle Rentabilität
  - 8.6.2. Finanzielle Leistungsfähigkeit und Verschuldung
  - 8.6.3. Risiko und Ertrag

- 8.7. Finanzierungsquellen
  - 8.7.1. Bankfinanzierung
  - 8.7.2. Emission von Anleihen und Verbriefung von Vermögenswerten
  - 8.7.3. Private Equity und Venture Capital
  - 8.7.4. Subventionen und steuerliche Unterstützung
- 8.8. Unternehmenstransaktionen und Insolvenz
  - 8.8.1. Konkursöffnung und ihre Auswirkungen
  - 8.8.2. Abwicklungs- und Liquidationsphase
  - 8.8.3. Der internationale Konkurs
  - 8.8.4. Konkurseinstufung
  - 8.8.5. Beendigung und Wiedereröffnung des Konkursverfahrens

## Modul 9. Durchführbarkeit von Investitionsprojekten

- 9.1. Investition in das Unternehmen
  - 9.1.1. Konzepte und Klassifizierung
  - 9.1.2. Etappen der Untersuchung des Investitionsprojekts
  - 9.1.3. Investition als Finanztransaktion
- 9.2. Wirtschaftliche Bewertungsmethoden
  - 9.2.1. Amortisationszeit
  - 9.2.2. Gesamter und durchschnittlicher *Cashflow* pro gebundener Geldeinheit
  - 9.2.3. Nettogegenwartswert und interner Zinsfuß
  - 9.2.4. Abgezinsten Amortisationsdauer und Rentabilität
  - 9.2.5. Erwartete Rendite auf den NPV
- 9.3. Kapitalkosten
  - 9.3.1. Kosten für externe Ressourcen
  - 9.3.2. Kosten der Vorzugsaktien
  - 9.3.3. Berechnung der Kosten der Eigenmittel
  - 9.3.4. Berechnung der Gesamtkosten des Kapitals
- 9.4. Diagnose, Planung und Kontrolle von Investitionen
  - 9.4.1. Finanzielle Planung
  - 9.4.2. Immobilienplanung
  - 9.4.3. Steuerplanung

- 9.5. Technische Analyse und Fundamentalanalyse
  - 9.5.1. Definition und Anwendungsbereich
  - 9.5.2. Untersuchung von Diagrammen und Trends
  - 9.5.3. Sektor- und Börsenforschung in der Fundamentalanalyse
  - 9.5.4. Quoten und grundlegende Analyse
- 9.6. Investitionsanalyse in einem risikoreichen Umfeld
  - 9.6.1. Anpassung des Abzinsungssatzes
  - 9.6.2. Reduktion der Zahlungsströme auf die Bedingungen der Sicherheit
  - 9.6.3. Simulation von Szenarien
- 9.7. Zahlungsströme bei Investitionsprojekten
  - 9.7.1. Finanzielle Modellierung
  - 9.7.2. Vorbereitung der *Cashflows*
  - 9.7.3. Analyse der *Cashflows* des Betriebskapitals
  - 9.7.4. Steuern und Inflation
- 9.8. Aktienmarkt
  - 9.8.1. Der Zugang der Unternehmen zur Börse
  - 9.8.2. Die Funktionsweise der internationalen Wertpapierbörsen
  - 9.8.3. Aktienindizes
  - 9.8.4. Besteuerung von Finanzinvestitionen in Spanien

## Modul 10. Ethisch - rechtlich - steuerlich

- 10.1. Unternehmenspraxis
  - 10.1.1. Strukturelle Veränderungen im Unternehmen
  - 10.1.2. Auflösungs-, Liquidations- und Insolvenzverfahren
  - 10.1.3. Generalversammlung und Verwaltungsorgan
- 10.2. Steuerliche Praxis
  - 10.2.1. Analyse der steuerlichen Verpflichtungen von Unternehmen
  - 10.2.2. Allgemeiner steuerrechtlicher Rahmen
  - 10.2.3. Berichte über die Überprüfung von Verwaltungsakten
- 10.3. Praxis der Arbeitsbeziehungen
  - 10.3.1. Einstellungs- und Vergütungspolitik
  - 10.3.2. Unternehmensumstrukturierung und -nachfolge
  - 10.3.3. Entlassungen und Abfindungen
  - 10.3.4. Nichteinhaltung sozialer und arbeitsrechtlicher Vorschriften
  - 10.3.5. Tarifverhandlungen

- 10.4. Unternehmensbesteuerung
  - 10.4.1. Geltende Vorschriften
  - 10.4.2. Diskrepanzen zwischen Rechnungslegungs- und Steuervorschriften
  - 10.4.3. Sonderregelungen
- 10.5. Mehrwertsteuer
  - 10.5.1. Geltende Vorschriften
  - 10.5.2. Ort des Steuertatbestands, Steuerentstehung und Bemessungsgrundlage
  - 10.5.3. Steuersätze
  - 10.5.4. Sonderregelungen
- 10.6. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
  - 10.6.1. Financial Inclusion
  - 10.6.2. Nachhaltigkeit und die Verantwortung des CFO
  - 10.6.3. Transparenz der Informationen
  - 10.6.4. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
  - 10.6.5. Sozialwirtschaft, Genossenschaftswesen und soziale Verantwortung der Unternehmen
- 10.7. Wirtschaftsethik
  - 10.7.1. Ethisches Verhalten im Unternehmen
  - 10.7.2. Deontologie und ethische Kodizes
  - 10.7.3. Betrug und Interessenkonflikte
- 10.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
  - 10.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
  - 10.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
  - 10.8.3. Internationales Arbeitsrecht

## Modul 11. Internationale Finanzen

- 11.1. *Business & International Strategy*
  - 11.1.1. Internationalisierung
  - 11.1.2. Globalisierung
  - 11.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
  - 11.1.4. Internationales Währungssystem

- 11.2. Devisenmarkt
  - 11.2.1. Devisengeschäfte
  - 11.2.2. Der Devisenterminmarkt
  - 11.2.3. Derivative Instrumente zur Absicherung von Fremdwährungs- und Zinsänderungsrisiken
  - 11.2.4. Abwertung und Aufwertung von Währungen
- 11.3. Internationale Zahlungs- und Inkassomittel
  - 11.3.1. Banknoten, persönliche Schecks und Bankschecks
  - 11.3.2. Überweisung und Zahlungsauftrag
  - 11.3.3. Kreditbriefe
  - 11.3.4. *Factoring*, internationaler *Swap* und andere Mittel
- 11.4. Finanzierungen auf internationalen Märkten
  - 11.4.1. Incoterms
  - 11.4.2. Derivative Instrumente zur Absicherung potenzieller Rohstoffpreisschwankungen
  - 11.4.3. Öffentlich unterstützte Exportkredite
  - 11.4.4. Absicherung durch *Swap*-Verträge
  - 11.4.5. Der OECD-Konsens
- 11.5. Internationale Finanzinstitutionen
  - 11.5.1. Der Fonds für die Internationalisierung des Unternehmens
  - 11.5.2. Die Weltbankgruppe
  - 11.5.3. Die Interamerikanische Entwicklungsbank
  - 11.5.4. Die Karibische Entwicklungsbank
- 11.6. Wechselkursbildung
  - 11.6.1. Theorie der Zinssatzparität
  - 11.6.2. Theorie der Wechselkurserwartungen
  - 11.6.3. Kaufkraftparitätentheorie (KKP)
  - 11.6.4. Gleichgewicht der Kapitalmärkte
- 11.7. Umschuldungsprogramme
  - 11.7.1. Rechtlicher Rahmen
  - 11.7.2. Funktionsweise
  - 11.7.3. Umwandlung von Schulden in öffentliche Investitionen
  - 11.7.4. Umwandlung von Schulden in private Investitionen

- 11.8. Internationaler Aktienmarkt
  - 11.8.1. Wall Street (New York)
  - 11.8.2. Goldmarkt
  - 11.8.3. Globale Auslandsverschuldung
  - 11.8.4. Pariser Club
  - 11.8.5. ADR- und GDR-Wertpapiermarkt

## Modul 12. Gründung und Finanzierung von Start-ups

- 12.1. Gründung eines Start-ups
  - 12.1.1. Von der Idee zum Geschäftsmodell
  - 12.1.2. Die Partner
  - 12.1.3. Rechtliche Erwägungen
  - 12.1.4. Organisation und Kultur
  - 12.1.5. Risikokapital und unternehmerische Führung
- 12.2. Finanzmanagement und Verwaltung von Start-ups
  - 12.2.1. Einführung in das Finanzmanagement von Start-ups
  - 12.2.2. Finanzielle Metriken für Start-ups
  - 12.2.3. Finanzplanung: Projektionsmodelle und ihre Interpretation
  - 12.2.4. Bewertungsmethoden
  - 12.2.5. Rechtliche Aspekte
- 12.3. Der Geschäftsplan
  - 12.3.1. Inhalt
  - 12.3.2. Präsentation
  - 12.3.3. SWOT
  - 12.3.4. Canvas-Modell
- 12.4. Wachstumsphasen eines neu gegründeten Unternehmens
  - 12.4.1. Seed-Phase
  - 12.4.2. Start-up-Phase
  - 12.4.3. Growth-Phase
  - 12.4.4. Konsolidierungsphase

- 12.5. Start-up-Finanzierung
  - 12.5.1. Bankfinanzierung
  - 12.5.2. Zuschüsse
  - 12.5.3. Startkapital und Beschleuniger: Business Angels
  - 12.5.4. Venture Capital: IPO
  - 12.5.5. Public to Private Partnership
- 12.6. Nationale und internationale Risikokapital- und Startkapitalgesellschaften
  - 12.6.1. Internationale Risikokapitalgesellschaften
  - 12.6.2. Private Investoren: Caixa Capital Risc. Bstartup
  - 12.6.3. FOND-ICO Global
  - 12.6.4. Beschleuniger: Wayra, Lanzadera und Plug & Play

- 13.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
  - 13.6.1. CSR: Die soziale Verantwortung der Unternehmen
  - 13.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
  - 13.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
  - 13.6.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 13.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 13.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 13.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
  - 13.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

### Modul 13. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 13.1. Globalisierung und *Governance*
  - 13.1.1. *Governance* und *Corporate Governance*
  - 13.1.2. Grundlagen der *Corporate Governance* in Unternehmen
  - 13.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der *Corporate Governance*
- 13.2. Führung
  - 13.2.1. Führung: Ein konzeptioneller Ansatz
  - 13.2.2. Führung in Unternehmen
  - 13.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management
- 13.3. *Cross Cultural Management*
  - 13.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
  - 13.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
  - 13.3.3. Diversitätsmanagement
- 13.4. Nachhaltigkeit
  - 13.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
  - 13.4.2. Agenda 2030
  - 13.4.3. Nachhaltige Unternehmen
- 13.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens
  - 13.5.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
  - 13.5.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
  - 13.5.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

### Modul 14. Personal- und Talentmanagement

- 14.1. Strategisches Management von Menschen
  - 14.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
  - 14.1.2. Strategisches Management von Menschen
- 14.2. Kompetenzbasiertes HR-Management
  - 14.2.1. Analyse des Potenzials
  - 14.2.2. Vergütungspolitik
  - 14.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 14.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
  - 14.3.1. Leistungsmanagement
  - 14.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse
- 14.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement
  - 14.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
  - 14.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
  - 14.4.3. Loyalität und Bindung
  - 14.4.4. Proaktivität und Innovation
- 14.5. Motivation
  - 14.5.1. Die Natur der Motivation
  - 14.5.2. Erwartungstheorie
  - 14.5.3. Theorien der Bedürfnisse
  - 14.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

- 14.6. Entwicklung von Hochleistungsteams
  - 14.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
  - 14.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams
- 14.7. Kommunikation der Führungskräfte
  - 14.7.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
  - 14.7.2. Abteilungen für Kommunikation
  - 14.7.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 14.8. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten
  - 14.8.1. Produktivität
  - 14.8.2. Anziehung und Bindung von Talenten

## Modul 15. Geschäftsleitung

- 15.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
  - 15.1.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 15.2. *Operations Management*
  - 15.2.1. Bedeutung des Managements
  - 15.2.2. Die Wertschöpfungskette
  - 15.2.3. Qualitätsmanagement
- 15.3. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
  - 15.3.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 15.3.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 15.3.3. Kommunikationsbarrieren
- 15.4. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
  - 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 15.4.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
  - 15.4.3. Kommunikation in der Organisation
  - 15.4.4. Werkzeuge in der Organisation
- 15.5. Krisenkommunikation
  - 15.5.1. Krise
  - 15.5.2. Phasen der Krise
  - 15.5.3. Nachrichten: Inhalt und Momente



- 15.6. Einen Krisenplan vorbereiten
  - 15.6.1. Analyse der potenziellen Probleme
  - 15.6.2. Planung
  - 15.6.3. Angemessenheit des Personals
- 15.7. Emotionale Intelligenz
  - 15.7.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
  - 15.7.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
  - 15.7.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 15.8. *Personal Branding*
  - 15.8.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
  - 15.8.2. Regeln des *Personal Branding*
  - 15.8.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.9. Führung und Teammanagement
  - 15.9.1. Führung und Führungsstile
  - 15.9.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
  - 15.9.3. Management von Veränderungsprozessen
  - 15.9.4. Leitung multikultureller Teams

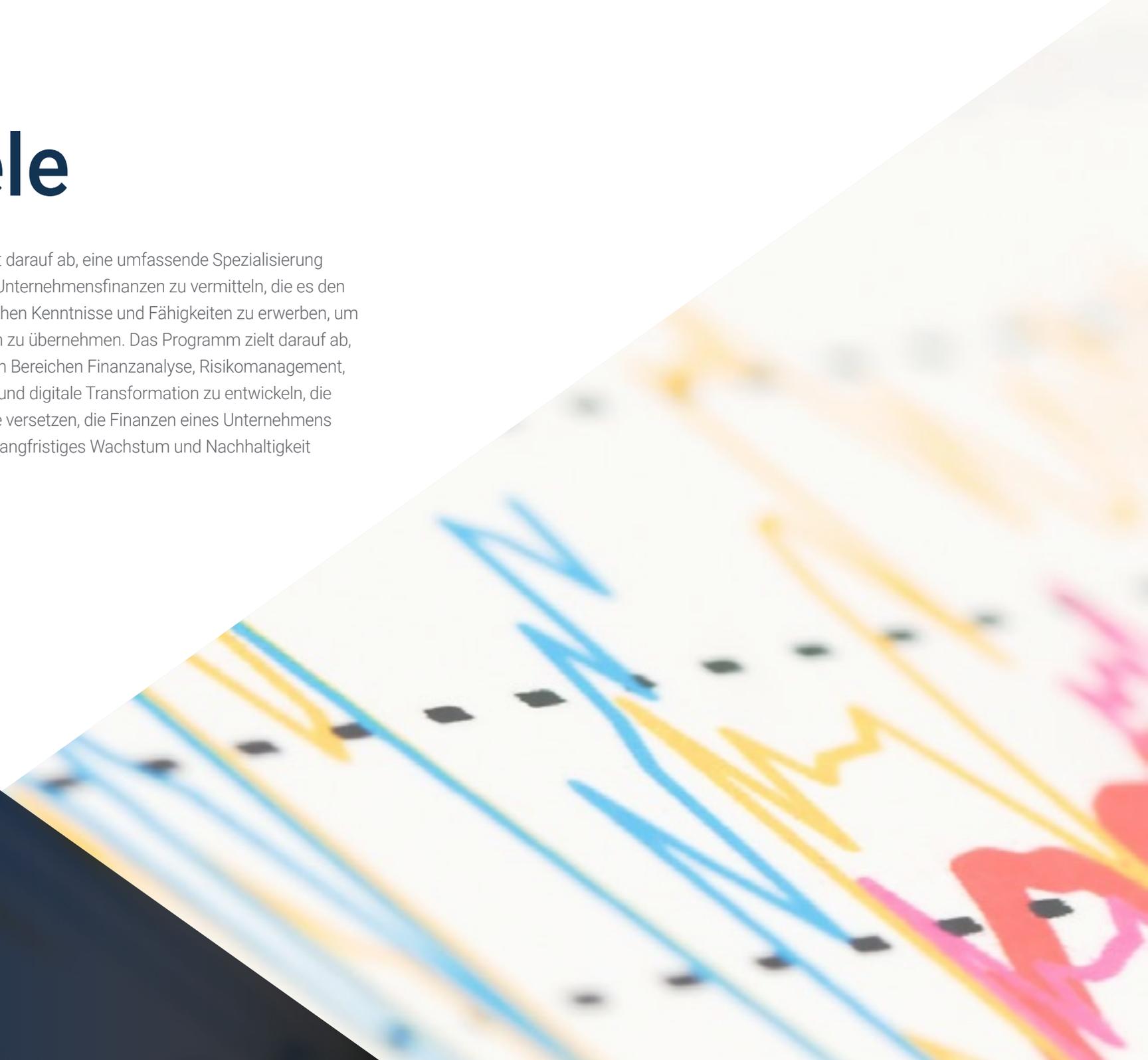
“

*Sie werden anhand realer Fälle  
in simulierten Lernumgebungen  
wertvolle Lektionen lernen”*

# 04

## Lehrziele

Der MBA in Finanzmanagement zielt darauf ab, eine umfassende Spezialisierung im strategischen Management von Unternehmensfinanzen zu vermitteln, die es den Studenten ermöglicht, die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten zu erwerben, um Führungsaufgaben im Finanzbereich zu übernehmen. Das Programm zielt darauf ab, fortgeschrittene Kompetenzen in den Bereichen Finanzanalyse, Risikomanagement, strategische Entscheidungsfindung und digitale Transformation zu entwickeln, die die Absolventen nicht nur in die Lage versetzen, die Finanzen eines Unternehmens zu verwalten, sondern auch dessen langfristiges Wachstum und Nachhaltigkeit voranzutreiben.



“

*Sie werden die Kapitalstruktur eines Unternehmens  
verwalten, den Einsatz von Finanzressourcen  
optimieren und eine Leverage-Strategie verfolgen“*



## Allgemeine Ziele

---

- Vermitteln eines umfassenden Verständnisses der Unternehmensfinanzen und ihrer Auswirkungen auf die strategischen Entscheidungen eines Unternehmens
- Entwickeln der erforderlichen Führungs- und Managementfähigkeiten, um die Rolle des CFO oder leitende Finanzpositionen zu übernehmen





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Strategische Ausrichtung und Management

- Entwickeln von Fähigkeiten zur Gestaltung und Umsetzung von Unternehmensstrategien, die das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit der Organisation fördern
- Verstehen der Schlüsselemente des strategischen Managements und ihrer Anwendung bei der Entscheidungsfindung in Unternehmen.

### Modul 2. Managementfähigkeiten und Führungsqualitäten

- Fördern der Führungsqualitäten, die zur Leitung von Teams und zur Bewältigung organisatorischer Veränderungen erforderlich sind
- Entwickeln der Fähigkeit, effektiv zu kommunizieren, um Mitarbeiter zu beeinflussen und zu motivieren, die Unternehmensziele zu erreichen

### Modul 3. Marketingmanagement und Operationen

- Verstehen der Betriebsführungskonzepte und ihrer Auswirkungen auf die Wertschöpfung beim Kunden
- Implementieren von Marketingstrategien, die den Betrieb des Unternehmens auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten

### Modul 4. Finanzbuchhaltung

- Entwickeln von Kompetenzen in der Finanzbuchhaltung, um fundierte Entscheidungen zu treffen, die die Rentabilität des Unternehmens beeinflussen
- Fortbilden in der Interpretation von Jahresabschlüssen zur Beurteilung der finanziellen Gesundheit einer Organisation

### Modul 5. Internes Rechnungswesen

- Nutzen des Rechnungswesens als Instrument für die strategische Entscheidungsfindung
- Fortbilden in Kostenplanung und -kontrolle, Rentabilitätsanalyse und Bewertung der betrieblichen Effizienz im Unternehmen

### Modul 6. Strategische Planung und Managementkontrolle

- Fortbilden in der Anwendung von Managementkontrollsystemen zur Messung und Bewertung der organisatorischen Leistung
- Entwickeln der Fähigkeit, Strategien je nach Abweichung von den ursprünglichen Plänen und den erzielten Ergebnissen anzupassen

### Modul 7. Banken und Finanzmärkte

- Fortbilden in strategischer Entscheidungsfindung im Bank- und Finanzbereich unter Verwendung von Risiko- und Ertragsanalysen
- Analysieren der Auswirkungen der Finanzmärkte auf die Weltwirtschaft und die Unternehmenstätigkeit

### Modul 8. Finanzielle Risiken und Unternehmensfinanzierung

- Bewerten der Auswirkungen von Finanzrisiken auf Unternehmensentscheidungen
- Entwickeln von Kompetenzen zur effizienten Verwaltung der Unternehmensfinanzen, zur Optimierung der Rentabilität und zur Minimierung der Risiken

### Modul 9. Durchführbarkeit von Investitionsprojekten

- Fortbilden in strategischer Entscheidungsfindung für Investitionen in kurz- und langfristige Projekte
- Entwickeln von Fähigkeiten zur Bewertung und Auswahl von Investitionsprojekten, die die Wertschöpfung für das Unternehmen maximieren

### Modul 10. Ethisch - rechtlich - steuerlich

- Verstehen der rechtlichen und steuerlichen Vorschriften, die sich auf Geschäftsentscheidungen auswirken, um die Einhaltung der Vorschriften und die soziale Verantwortung zu gewährleisten
- Entwickeln eines ethischen Bewusstseins bei unternehmerischen Entscheidungen unter Berücksichtigung der sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen

### Modul 11. Internationale Finanzen

- ♦ Entwickeln der Fähigkeit, globale Finanzentscheidungen zu treffen und die Risiken und Chancen der internationalen Märkte zu verstehen
- ♦ Fortbilden im Finanzmanagement in einem globalisierten Umfeld unter Anwendung von Kenntnissen über Wechselkurse, internationale Investitionen und grenzüberschreitende Finanzen

### Modul 12. Gründung und Finanzierung von Start-ups

- ♦ Erwerben von Fähigkeiten zur Gründung und Leitung eines Start-ups, von der Konzeption der Idee bis zur Ausführung und Skalierbarkeit des Unternehmens
- ♦ Fortbilden in der Beschaffung von Finanzmitteln für Start-ups durch Risikokapital, *Angel Investors* und *Crowdfunding*

### Modul 13. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- ♦ Entwickeln ethischer Führungskompetenzen und sozialer Verantwortung in der Unternehmensführung
- ♦ Fortbilden in der Integration ethischer Grundsätze in Geschäftsentscheidungen, um das Wohlergehen des Unternehmens und seiner Mitarbeiter zu gewährleisten

### Modul 14. Personal- und Talentmanagement

- ♦ Bereitstellen von Instrumenten für das Management von Arbeitsteams, die Entwicklung von Talenten und die Förderung einer leistungsorientierten Organisationskultur
- ♦ Fortbilden in der Umsetzung einer Personalpolitik, die die Gewinnung, Bindung und Entwicklung von Talenten innerhalb der Organisation fördert

### Modul 15. Geschäftsleitung

- ♦ Entwickeln von Kompetenzen zur effektiven Führung, zur Bewältigung des organisatorischen Wandels und zur Optimierung der betrieblichen Abläufe
- ♦ Fortbilden in multikulturellem Teammanagement und effektiver Kommunikation im Geschäftsumfeld



“

*TECH vermittelt Ihnen die Vision, um  
Finanzplanung, Risikomanagement  
und digitale Innovation zu leiten.  
Schließen Sie sich jetzt an!"*

05

# Karrieremöglichkeiten

Nach Abschluss des Studiums werden die Absolventen in der Lage sein, in einer Vielzahl von Schlüsselpositionen in der Geschäftswelt zu arbeiten. Sie werden Zugang zu Positionen mit hoher Verantwortung haben. Darüber hinaus werden die im Bereich Risikomanagement, Finanzstrategie und digitale Transformation erworbenen Fähigkeiten sie als Führungskräfte positionieren, die in der Lage sind, Führungspositionen in Unternehmen aller Größen und Branchen zu übernehmen. Sie werden auch in der Lage sein, im Bereich FinTech oder als Berater bei Fusionen und Übernahmen sowie im Finanzmanagement multinationaler Unternehmen zu arbeiten.



“

*Sie werden komplexe Rechnungslegungsgrundsätze beherrschen und interne Audits leiten, um die Transparenz der Abschlüsse zu gewährleisten"*

### Profil des Absolventen

Der Absolvent wird ein Experte mit einer soliden Fortbildung in den Bereichen Finanzen und strategisches Management sein, der in der Lage ist, das Finanzmanagement eines Unternehmens mit einer globalen Vision zu leiten und sich an die Herausforderungen des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds anzupassen. Er wird über fortgeschrittene Fähigkeiten in den Bereichen finanzielle Entscheidungsfindung, Risikomanagement und strategische Planung verfügen. Darüber hinaus wird er in der Lage sein, sowohl die Unternehmensfinanzierung als auch die Wachstumsstrategie zu steuern und dabei Faktoren wie Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und internationale Vorschriften zu berücksichtigen.

*Mit diesem MBA erwerben Sie die Grundlagen, um Entscheidungen zu treffen, die die Richtung von Unternehmen bestimmen.*

- ♦ **Strategisches Finanzmanagement:** Fähigkeit zur Entwicklung und Umsetzung von Finanzstrategien, die die Unternehmensleistung und das Wachstum in einem globalisierten wirtschaftlichen Umfeld optimieren
- ♦ **Finanzielle Analyse und Entscheidungsfindung:** Fähigkeit, komplexe Finanzberichte zu interpretieren und zu analysieren und fundierte Entscheidungen zu treffen, die die Rentabilität und Stabilität des Unternehmens fördern
- ♦ **Finanzielles Risikomanagement:** Fähigkeit, finanzielle Risiken zu erkennen, zu bewerten und abzumildern, um die langfristige Tragfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten
- ♦ **Finanzielle Führung und Management:** Fähigkeit, Finanzteams zu leiten, Ressourcen effektiv zu verwalten und eng mit anderen Abteilungen zusammenzuarbeiten, um die Unternehmensziele zu erreichen
- ♦ **Einhaltung von Vorschriften und soziale Verantwortung:** Fähigkeit, sicherzustellen, dass Finanzentscheidungen im Einklang mit lokalen und internationalen Vorschriften stehen und ethische und nachhaltige Grundsätze in Geschäftsstrategien umgesetzt werden



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

1. **CFO (Chief Financial Officer):** Verantwortlich für die Verwaltung aller Finanzaktivitäten des Unternehmens, die Sicherstellung der Ausrichtung der Finanzstrategie an den Gesamtzielen und die Leitung der Entscheidungsfindung für das nachhaltige Wachstum der Organisation
2. **Direktor für Unternehmensfinanzen:** Leitet die gesamte Finanzstrategie des Unternehmens und beaufsichtigt die Analyse, Planung und Verwaltung der wirtschaftlichen Ressourcen, um die Rentabilität zu maximieren und das Risiko zu minimieren
3. **Finanz-Controller:** Verantwortlich für die Sicherstellung der Genauigkeit der Finanzberichterstattung, Überwachung der Buchhaltung und Unterstützung bei der Budgetierung und Finanzprognose für das Unternehmen
4. **Treasury Manager:** Verantwortlich für die Verwaltung des *Cashflows*, die Optimierung des Betriebskapitals und die Entwicklung kurz- und langfristiger Finanzierungsstrategien zur Sicherung der Liquidität des Unternehmens
5. **Strategischer Finanzberater:** Berät Unternehmen bei der Verbesserung ihrer finanziellen Gesundheit, der Optimierung des Risikomanagements und der Entwicklung strategischer Pläne, die Wachstum und finanzielle Stabilität fördern
6. **Direktor für Finanzplanung und -analyse:** Verantwortlich für die Überwachung der langfristigen Finanzplanung, Durchführung detaillierter Analysen der Finanzergebnisse zur Unterstützung der strategischen Entscheidungen der Geschäftsleitung
7. **Manager für finanzielle Risiken:** Leitet die Identifizierung, Bewertung und das Management finanzieller Risiken, die sich auf die Organisation auswirken können, und setzt Strategien zur Abmilderung potenzieller negativer Auswirkungen um
8. **Direktor für internationale Finanzen:** Verantwortlich für die Verwaltung der Finanzen multinationaler Unternehmen, Überwachung der Steueroptimierung und der strategischen Entscheidungsfindung auf internationalen Märkten
9. **Berater für Fusionen und Übernahmen:** Spezialist für die Bewertung und Durchführung von Fusionen, Übernahmen und strategischen Allianzen, der die notwendige finanzielle Beratung zur Maximierung des Wertes der Transaktionen bietet
10. **Manager für Unternehmensinvestitionen:** Verantwortlich für die Investitionsstrategie des Unternehmens, die Bewertung neuer Möglichkeiten und das Management der mit langfristigen Investitionsentscheidungen verbundenen Risiken



*Sie werden mit modernsten technologischen Instrumenten arbeiten, um die Genauigkeit der verschiedenen Finanzoperationen zu optimieren“*

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

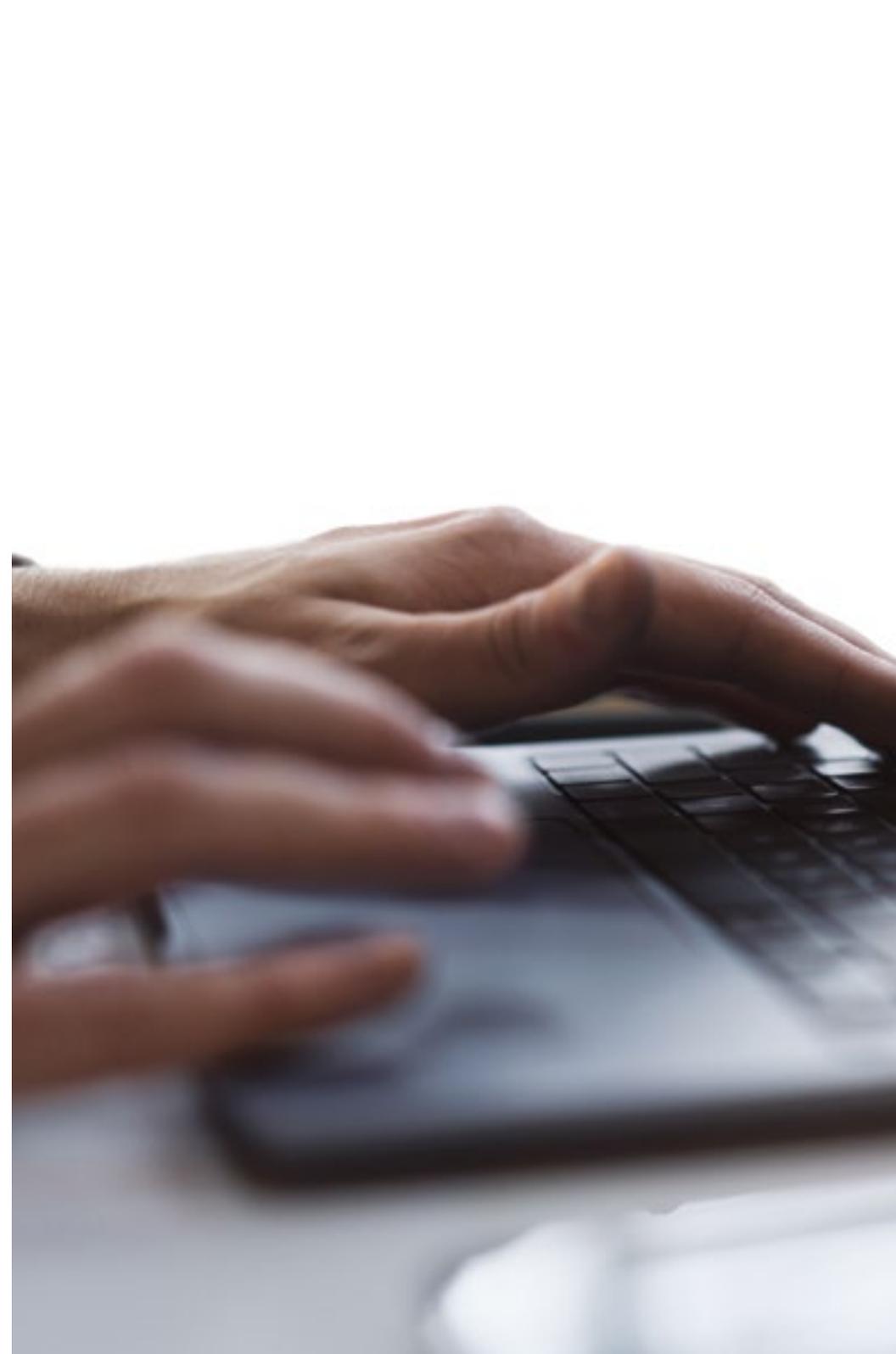
Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.

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.

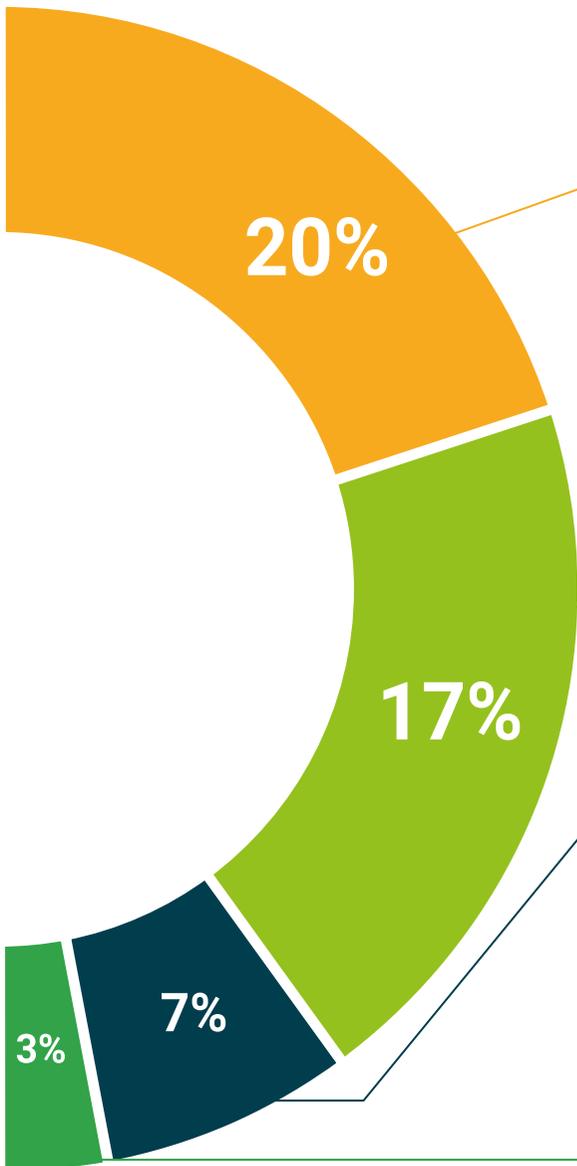
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



#### 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.

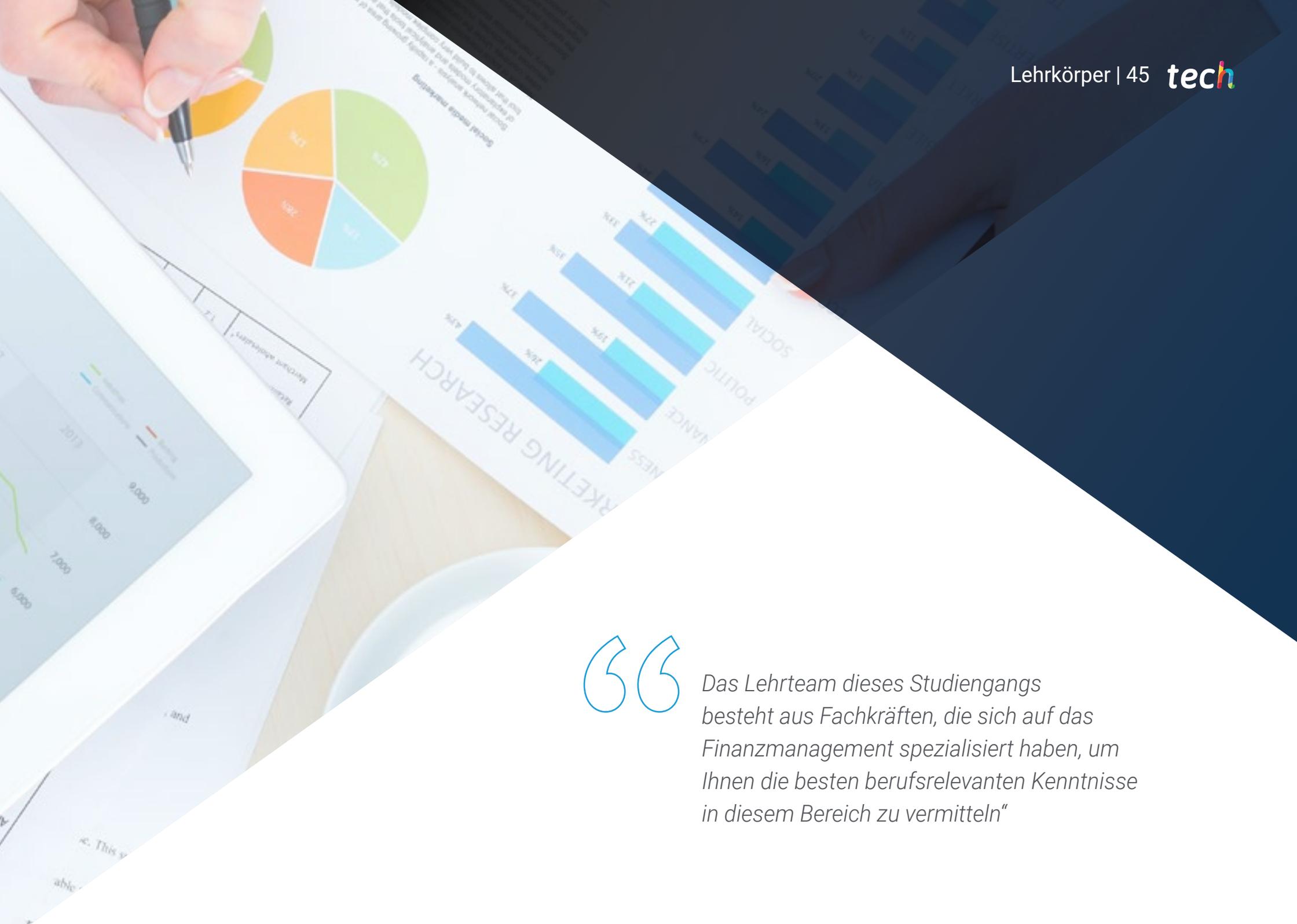


# 07

# Lehrkörper

Die Philosophie von TECH beruht darauf, die vollständigsten und modernsten Hochschulabschlüsse auf dem akademischen Markt anzubieten, weshalb sie ihre Lehrkräfte sorgfältig auswählt. Für die Vermittlung dieses Executive Masters hat TECH echte Experten für Finanzmanagement hinzugezogen. Auf diese Weise wurden Lehrmaterialien erstellt, die sich sowohl durch ihre Qualität als auch durch ihre vollständige Anwendbarkeit auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes auszeichnen. Auf diese Weise kommen die Studenten in den Genuss einer sehr intensiven Erfahrung, die ihren beruflichen Horizont erweitern wird.





“

Das Lehrteam dieses Studiengangs besteht aus Fachkräften, die sich auf das Finanzmanagement spezialisiert haben, um Ihnen die besten berufsrelevanten Kenntnisse in diesem Bereich zu vermitteln“

## 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 Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

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



## Hr. Gram, Mick

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Hr. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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 vorausszusehen 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

“

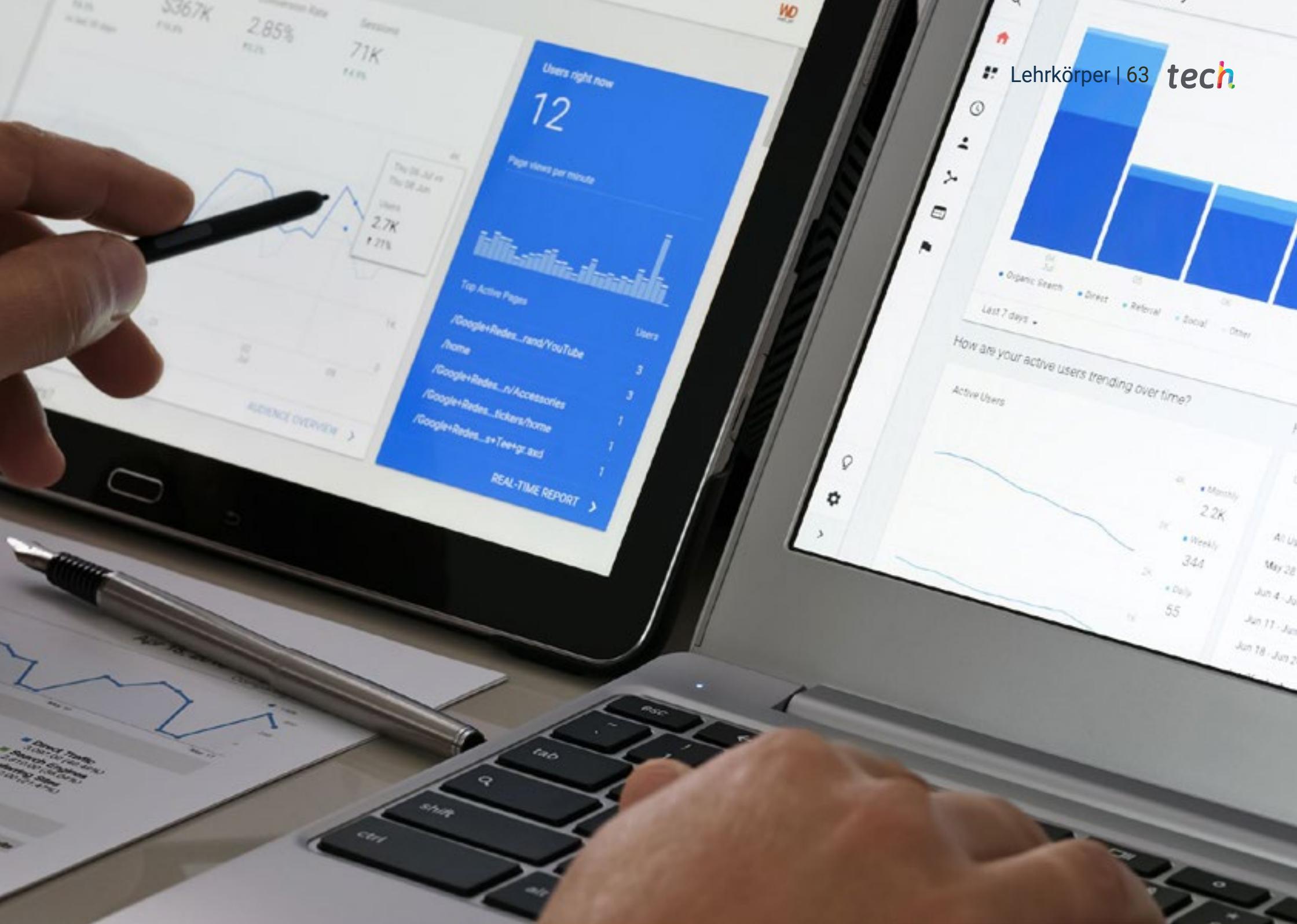
*Dank dieses 100%igen Online-Universitätsabschlusses können Sie Ihr Studium mit Hilfe der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet, das Sie interessiert, mit Ihren täglichen Verpflichtungen verbinden. Schreiben Sie sich jetzt ein!”*

## Leitung



### Hr. Domingo Folgado, Javier

- ♦ Leiter der Abteilung Unternehmensentwicklung & Investor Relations bei White Investing
- ♦ *Founding Director* von Relianze
- ♦ Leiter der Analyseabteilung bei Aznar Patrimonio
- ♦ *Founding Partner* der *Finance Business School*
- ♦ Leiter der Abteilung Private Banking bei *Degroof Petercam*
- ♦ Promotion in Angewandter fortgeschrittener Mathematik für Wirtschaftswissenschaften an der UNED
- ♦ Hochschulabschluss in Volks- und Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Valencia
- ♦ Masterstudiengang in Portfoliomanagement am *Institute of Advanced Finance*



Revenue Rate  
\$367K  
2.85%

Sessions  
71K

Users right now  
12

Page views per minute



Top Active Pages

Page	Users
/Google+Redes...rand/YouTube	3
/home	3
/Google+Redes...n/Accessories	1
/Google+Redes...tickets/home	1
/Google+Redes...s+Te+gr.aid	1

REAL-TIME REPORT



Organic Search Direct Referral Social Other

How are your active users trending over time?

Active Users



Monthly  
2.2K

Weekly  
344

Daily  
55

08

# Qualifizierung

Der Executive Master MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer) 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 **Executive Master MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

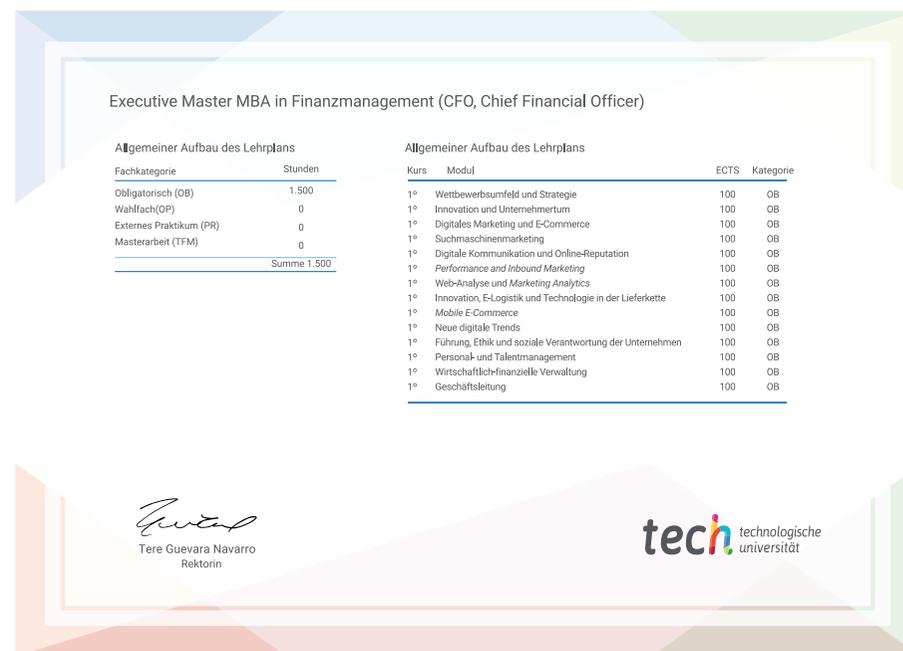
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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: **Executive Master MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer)**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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



## Executive Master

### MBA in Finanzmanagement (CFO, Chief Financial Officer)

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

# Executive Master

MBA in Finanzmanagement  
(CFO, Chief Financial Officer)

