

Executive Master

MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten

M B A F M T



Executive Master MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen mit einem Abschluss in Computertechnik

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-fortgeschrittenes-management-technologieprojekten

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 44

08

Profil unserer Studenten

Seite 52

09

Kursleitung

Seite 56

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 78

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 82

12

Qualifizierung

Seite 86

01 Willkommen

Heute, wo die Digitalisierung fast alle Prozesse erfasst, sind die meisten Unternehmen gezwungen, sich auf die Figur eines Managers für Technologieprojekte zu verlassen. Dieses Profil muss über fundierte technische Kenntnisse der auszuführenden Aufgaben sowie über die Fähigkeit verfügen, das Team geschickt zu leiten, um dessen Wert und Leistung zu maximieren. Programme wie dieses, das TECH für Geschäftsleute anbietet, bereiten den Studenten darauf vor, diese Funktion auszuüben, und verbessern so seine wirtschaftlichen Aussichten sowie seine berufliche und persönliche Entwicklung. All dies basiert auf einem Lehrplan voller vollständiger, aktueller Fallstudien, die auf die Bedürfnisse der technologischen Geschäftswelt ausgerichtet sind.



MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten
TECH Technologische Universität

“

Das Management von Technologieprojekten erfordert eine hochspezialisierte und qualifizierte Fachkraft, die über große Management- und Führungsqualitäten verfügt. Mit diesem Executive Master werden Sie in der Lage sein, die Führung bei den ehrgeizigsten und attraktivsten Projekten in Ihrem Bereich zu übernehmen"

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95%

der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

jährlich spezialisierte Manager

+200

verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Das Ziel dieses Programms ist es, die Führungsqualitäten des Studenten im Technologiesektor zu stärken und ihm die besten Werkzeuge und Fachkenntnisse zu bieten, um jede Art von Projekt erfolgreich zu managen. So wird eine Fortbildung angeboten, bei der die Inhalte sowohl aus technischer Sicht als auch aus einer geschäftlichen Perspektive vermittelt werden, die die aktuellen Umgebungen und Märkte berücksichtigt und so sicherstellt, dass der Unterricht auf dem neuesten Stand ist und den neuesten Trends entspricht.



“

Wenn es Ihr Ziel ist, große Technologieprojekte zu leiten, bietet TECH Ihnen die Ressourcen, die Sie benötigen, um eine kompetente, effektive und produktive Führungskraft zu sein“

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen**

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Spezialisieren auf die wichtigsten *Frameworks* für die Leitung und Verwaltung von IT-Projekten

04

Bestimmen der Führung als Modell der Begleitung im Gegensatz zur traditionellen autoritären Methodik

02

Lernen der geeignetsten Techniken für das Management von Menschen und Teams mit dem Ziel, deren Wohlbefinden und Arbeitsproduktivität zu fördern

03

Arbeiten an verschiedenen analytischen Methoden für die strategische Entscheidungsfindung

05

Analysieren der Prozesse und Anforderungen für die Entwicklung von Softwareprojekten



06

Ansprechen der Probleme des Datenmanagements in Bezug auf Schutz und Sicherheit sowie Anwenden und Einhalten der aktuellen Vorschriften

08

Studieren des *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management*, um die Entscheidungsfindung zu verbessern

09

Identifizieren der verschiedenen *Business-Intelligence*-Techniken, um potenzielle Probleme zu erkennen und präventive Lösungen anzubieten

07

Kennen der grundlegenden Methoden für die Entwicklung von Projekten wie SDLC, *Agile* oder objektorientiert

10

Untersuchen der Kombination von Wissen und Fähigkeiten aus verschiedenen Disziplinen, um interdisziplinäre Lösungen vorzuschlagen



11

Entwickeln von Managementfähigkeiten auf strategischer, organisatorischer und projektbezogener Ebene, vom Wertangebot bis zum Entwurf von *Business Transformation Strategies*

12

Betonen der Bedeutung von Daten im gesamten Projektmanagement und verstehen, wie Analysen genutzt werden können, um die Bemühungen des Projektteams zu fokussieren

13

Verstehen der Verwendung von Google Analytics als Schlüsselinstrument für die Datenanalyse und Lernen, wie man die Entscheidungsfindung auf der Grundlage der gewonnenen Daten verbessern kann

14

Ansprechen der Bedeutung des richtigen Einsatzes von Dashboards, um die Überwachung der Zielerreichung zu automatisieren



15

Untersuchen der Methoden für das
Vorfallmanagement, um sie zu implementieren und
einen besseren Arbeitsablauf zu fördern

16

Untersuchen der wichtigsten rechtlichen
Rahmenbedingungen für Sicherheit und
Datenschutz, um eine Arbeitsmethodik im Einklang
mit der geltenden Gesetzgebung zu gewährleisten

17

Analysieren der unterschiedlichen Realitäten,
in denen Technologieunternehmen angesichts
gesellschaftlicher Veränderungen agieren

18

Berücksichtigen der emotionalen
Intelligenz als grundlegendes Werkzeug zur
Optimierung der Geschäftsergebnisse



05 Kompetenzen

Nach Abschluss des MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten wird der Student in der Lage sein, Arbeitsteams im Technologiebereich agil und effizient zu leiten und dabei innovative Methoden der Datenanalyse und des Projektmanagements anzuwenden. Dies wird seine beruflichen Kompetenzen und seine Karrieremöglichkeiten erheblich verbessern, da er sich für bessere Managementpositionen bewerben kann, die eine größere Spezialisierung und mehr Fähigkeiten erfordern.



“

Sie werden die Anforderungen erfüllen, die die großen Technologieunternehmen an Sie stellen, um ihre anspruchsvollsten Projekte zu leiten"

01

Verwenden der wichtigsten auf dem Markt erhältlichen Tools zur Überwachung der KPIs, um die Ausführung und den Fortschritt des Projekts im Hinblick auf die festgelegte Strategie zu kontrollieren

02

Anwenden der *Scrum*- und *Kanban*-Methodik auf korrekte und effiziente Weise in Projekten

03

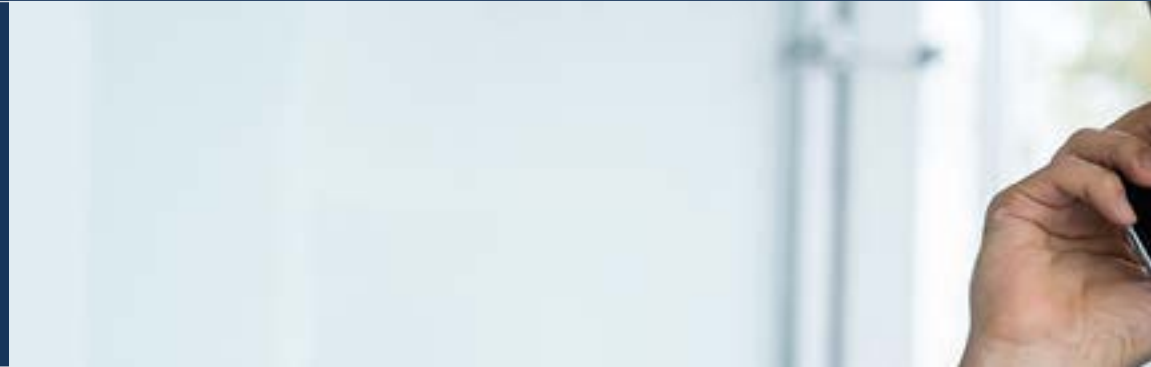
Entwickeln der gängigsten betriebswirtschaftlichen Informationsmanagementsysteme

04

Bestimmen der Bedeutung des Qualitätsmanagements im Software-Projektmanagement und Lernen, die notwendigen Kriterien für dessen Kontrolle anzuwenden

05

Entwerfen einer Datenbank mit Prozessanalyse und integrierter Projektmanagement-Methodik



06

In der Lage sein, verbal und nonverbal zu kommunizieren und die Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen im Unternehmen zu verbessern

08

Bestimmen von Verwaltungssystemen, die in Echtzeit zugänglich sind

09

Definieren von Strategien für eine günstige Konfliktlösung durch innovative Verhandlungstechniken

07

Herstellen einer direkten Kommunikation zwischen den Abteilungen des Unternehmens und den Kunden

10

Effektives Kommunizieren von Analyseergebnissen an technische und nichttechnische Zielgruppen



11

Entwerfen von Kontrollstrategien zur Überwachung von Projekten und Prozessen

12

Vorschlagen, Kommunizieren und Ausarbeiten von Geschäftsmodellen oder Geschäftsumwandlungsmodellen und deren Vorteile und Potenziale für Unternehmen begründen

13

Verstehen der Unterschiede zwischen den verschiedenen Paradigmen der Informationsspeicherung: *Data Lake*, *Data Warehouse* und *Data Mart*

14

Analysieren von Websites oder digitalen Plattformen und Optimieren der Art und Weise, wie der Benutzer mit den verschiedenen Funktionen interagiert



15

Anwenden von Techniken, die auf Datenanalyse basieren, um die Gesamtleistung des Unternehmens zu verbessern

16

Prüfen und Auditieren des neuen Softwareentwicklungsprodukts und der damit verbundenen Aktivitäten während des gesamten Entwicklungszyklus

17

Entwickeln von Techniken, die die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen im Rahmen des Projektmanagements gewährleisten

18

Anwenden von *Coaching* in der Geschäftswelt, um Bildungsprozesse zu verbessern



06

Struktur und Inhalt

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten ist ein Programm, das sich an die Bedürfnisse des Studenten anpasst. Da es zu 100% online ist, kann der Student den Zeitpunkt des Studiums so wählen, wie es seiner Verfügbarkeit und seinen persönlichen Vorlieben am besten entspricht. Es ist eine großartige Gelegenheit, die Karriere von Fachkräften voranzutreiben, die eine Führungsposition im Technologiebereich anstreben.



“

TECH garantiert Ihnen den Zugang zum besten Lehrplan, der im Bereich des fortgeschrittenen Managements von Technologieprojekten verfügbar ist, so dass Sie sich auf die höchsten Positionen in diesem Sektor bewerben können"

Lehrplan

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten der TECH Technologische Universität ist ein umfassendes Programm, das dem Studenten die Fähigkeit vermittelt, Entscheidungen zu treffen und multidisziplinäre Arbeitsteams effektiv zu leiten, wobei die Bedeutung der notwendigen technischen Kenntnisse im Bereich der Technologie betont wird.

Der Inhalt des MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten umfasst die fortschrittlichsten Methoden und Techniken der Unternehmensführung, die sich ausschließlich auf das Management von Technologieprojekten konzentrieren.

Während der 2.700 Unterrichtsstunden, aus denen sich das Programm zusammensetzt, wird der Student eine Vielzahl realer und praktischer Fälle studieren, um die Fortbildung noch intensiver auf reale Geschäftssituationen abzustimmen.

Dieser Executive Master erforscht die neue Perspektive der Führungskraft als Vertrauensperson und entfernt sich von der traditionellen autoritären Perspektive, indem er sich mit Themen wie der emotionalen Intelligenz des Arbeitsteams oder der nonverbalen Kommunikation befasst, die darauf abzielt, die Beziehungen innerhalb des Unternehmens selbst zu verbessern.

Ein Lehrplan, der die Studenten auf die anspruchsvollsten verantwortungsvollen Positionen in der Technologiebranche vorbereitet und ihnen hilft, hervorragende Leistungen im Bereich der Unternehmensführung zu erzielen.

Dieser Executive Master besteht aus den folgenden 15 Modulen, die über 12 Monate unterrichtet werden:

Modul 1	Agile-Management von Technologieprojekten
Modul 2	Anforderungsmanagement und Prozessanalyse in Softwareentwicklungsprojekten
Modul 3	Unternehmensmanagement: Technologien für Ressourcen- und Kundenmanagement
Modul 4	Management und Kontrolle von IT-Projekten durch <i>Business Intelligence</i>
Modul 5	Strategische Überwachung und Steuerung von IT-Projekten
Modul 6	Digitale Analytik für die Entscheidungsfindung bei Technologieprojekten
Modul 7	Verbesserung von IT-Projekten und Unternehmen durch analytische Techniken
Modul 8	Qualität im Management und in der Implementierung von Softwareprojekten
Modul 9	Einhaltung von Vorschriften zur Informationssicherheit bei Technologieprojekten
Modul 10	Teammanagement in IT-Projekten
Modul 11	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
Modul 12	Personal- und Talentmanagement
Modul 13	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
Modul 14	Kaufmännisches Management und strategisches Marketing
Modul 15	Geschäftsleitung



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Agile-Management von Technologieprojekten

1.1. Projektleitung

- 1.1.1. Projektleitung und -management
- 1.1.2. Phasen eines Projekts

1.2. Projektmanagement nach dem *Project Management Institute*

- 1.2.1. PMI und PMBOK
- 1.2.2. Projekt, Programm und Projektportfolio
- 1.2.3. Entwicklung und Vorteile der Prozesse der Organisationen, die mit Projekten arbeiten

1.3. Prozessmanagement nach dem *Project Management Institute*

- 1.3.1. Prozessgruppen und Wissensgebiete
- 1.3.2. Prozess-Matrix

1.4. *Agile*-Methoden für das Projektmanagement

- 1.4.1. Motivation für ihre Anwendung
- 1.4.2. *Agile*-Werte und -Prinzipien des *Agile*-Manifests
- 1.4.3. Anwendungsszenarien

1.5. Scrum für *Agile*-Projektmanagement: Beschreibung des Framework

- 1.5.1. Framework für *Agile*-Management
- 1.5.2. Scrum-Säulen und -Werte

1.6. Scrum für *Agile*-Projektmanagement: Anwendung des Modells

- 1.6.1. Anwendung des Frameworks
- 1.6.2. Menschen, Rollen und Verantwortlichkeiten in Scrum
- 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective und Sprint Refinement*

1.7. Scrum für *Agile*-Projektmanagement

- 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* und Zuwachs
- 1.7.2. Scrum-Team-Vereinbarungen
- 1.7.3. Leistungsbewertung

1.8. KANBAN für *Agile*-Projektmanagement

- 1.8.1. Das Modell
- 1.8.2. Kanban-Methode, Elemente und Vorteile
- 1.8.3. Typische Nutzungsszenarien

1.9. KANBAN für *Agile*-Projektmanagement: Anwendung des Modells

- 1.9.1. Grundlage
- 1.9.2. Anwendung
- 1.9.3. Leistungsbewertung

1.10. Wahl des Modells für das Projektmanagement

- 1.10.1. Kriterien für die Auswahl der Art des Verwaltungsmodells
- 1.10.2. Traditionelle vs. *Agile*-Methoden
- 1.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 2. Anforderungsmanagement und Prozessanalyse in Softwareentwicklungsprojekten**2.1. Systemanalyse**

- 2.1.1. Funktionen des Systemanalytikers
- 2.1.2. *Software-Entwicklungszyklus: SDLC, OO. Agile*
- 2.1.3. SDLC, OO und *Agile*

2.2. Die Bedeutung von Systemanalyse und -design

- 2.2.1. Die Bedeutung von Systemanalyse und -design
- 2.2.2. IT-Technologie-Integration: Hardware und *Software*
- 2.2.3. Auswahl der Methodik

2.3. Lebenszyklus der Softwareentwicklung

- 2.3.1. Kampagnen und Typen
- 2.3.2. Rücknahme und Antrieb
- 2.3.3. Arten von Strategie
- 2.3.4. Digitaler Marketingplan

2.4. Modellierung und Entwurf von Systemen. Integration

- 2.4.1. Abhängigkeiten von anderen Betriebssystemen in der Organisation
- 2.4.2. Integration mit Projektmanagement-Methoden wie PMBOK
- 2.4.3. Integration mit *Agile*-Methoden

2.5. Erfassen von Anforderungen

- 2.5.1. Interaktive Methoden: Interviews, JAD und Fragebögen
- 2.5.2. Nichtinteraktive Methoden: Beobachtung, Überprüfung von Dokumenten
- 2.5.3. Stichprobenverfahren: *Sampling*

2.6. Prozessanalyse. DFDs

- 2.6.1. Entwicklung eines DFD mit mehreren Ebenen
- 2.6.2. Arten von DFDs: physisch und logisch, ereignisgesteuert
- 2.6.3. Partitionierung von DFDs

2.7. Prozessanalyse. Datenwörterbuch

- 2.7.1. Erstellung des Datenwörterbuchs auf der Grundlage früherer DFDs
- 2.7.2. Nomenklatur des Datenwörterbuchs
- 2.7.3. XML-Erstellung für den Datenaustausch mit anderen Systemen

2.8. Prozessanalyse. Prozess-Spezifikationen

- 2.8.1. Strukturierte und halb-strukturierte Entscheidungen
- 2.8.2. If-The-Else
- 2.8.3. Entscheidungstabellen und -bäume

2.9. Die Bedeutung des Designs

- 2.9.1. Output-Design
- 2.9.2. Input-Design
- 2.9.3. Design-Validierung

2.10. Datenbank-Design

- 2.10.1. Normalisierung der Daten
- 2.10.2. ER-Diagramme: Eins-zu-Viel- und Viele-zu-Viel-Beziehungen
- 2.10.3. Denormalisierung

Modul 3. Unternehmensmanagement: Technologien für Ressourcen- und Kundenmanagement

3.1. Informationsmanagement und Speichersysteme für Unternehmen

- 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
- 3.1.2. *Customer Relationship Management*
- 3.1.3. *Enterprise Resource Planning vs. Customer Relationship Management*
- 3.1.4. *Enterprise Resource Planning und Customer Relationship Management im Unternehmen*

3.2. *Enterprise Resource Planning*

- 3.2.1. Der Beitrag von *Enterprise Resource Planning* im Unternehmen
- 3.2.2. Implementierung und Verwaltung
- 3.2.3. Alltäglicher Betrieb von *Enterprise Resource Planning*

3.3. *Enterprise Resource Planning* und seine Verwaltung

- 3.3.1. Die Module eines ERP
- 3.3.2. Arten von *Enterprise-Resource-Planning*-Systemen
- 3.3.3. Auf dem Markt befindliche Tools

3.4. *Customer Relationship Management*

- 3.4.1. Der Beitrag von *Customer Relationship Management* im Unternehmen
- 3.4.2. Entwurf eines Informationssystems
- 3.4.3. *Customer Relationship Management* zur Prozessverbesserung

3.5. *Customer Relationship Management* für Projektentwürfe

- 3.5.1. Aktuelle Situation des Umfelds
- 3.5.2. Verkauf oder Loyalität
- 3.5.3. Rentabilität der Kundentreue

3.6. *Customer Relationship Management. Arbeiten mit Informationen*

- 3.6.1. Marketing und Projektleitung
- 3.6.2. Erfolgsfaktoren
- 3.6.3. Strategien

3.7. *Customer Relationship Management. Kommunikationstool*

- 3.7.1. Die Kommunikation
- 3.7.2. Die Information
- 3.7.3. Aktives Zuhören
- 3.7.4. Investitionsstrategien für Informationssysteme

3.8. *Customer Relationship Management. Rückgewinnung des unzufriedenen Kunden*

- 3.8.1. Frühzeitige Fehlererkennung
- 3.8.2. Fehlerkorrektur und -behebung
- 3.8.3. Kundenrückgewinnung und Gestaltung von Prozessen zur kontinuierlichen Verbesserung

3.9. IT-Projekte

- 3.9.1. Ziele
- 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management* zur Gewinnung von Kunden
- 3.9.3. Projektentwurf
- 3.9.4. Auswertung und Aufzeichnung der Ergebnisse

3.10. Entwicklung eines IT-Projekts

- 3.10.1. Häufige Fehler
- 3.10.2. Methodik
- 3.10.3. Segmentierung und Prozesse
- 3.10.4. Ausbildung
- 3.10.5. Gestaltung von Aktionen für *Customer Relationship Management* und *Enterprise Resource Planning*

Modul 4. Management und Kontrolle von IT-Projekten durch *Business Intelligence*

4.1. Business Intelligence 4.1.1. <i>Business Intelligence</i> 4.1.2. Datenverwaltung 4.1.3. Lebenszyklus von Daten 4.1.4. Architektur 4.1.5. Anwendungen	4.2. IT-Projektmanagement mit analytischen Techniken 4.2.1. Auswahl von <i>Business Intelligence</i> 4.2.2. Vorteile von <i>Business Intelligence</i> für Projekte 4.2.3. Beispiele und Anwendungen	4.3. Sammlung und Speicherung 4.3.1. Geschäftsmodelle und Datenmodelle 4.3.2. Arten der Speicherung 4.3.3. <i>Big-Data</i> -Speicherung in der Cloud	4.4. Massive Daten- und Informationsverarbeitung 4.4.1. Arten der Datenverarbeitung 4.4.2. Techniken zur Vereinfachung der Massendatenverarbeitung 4.4.3. Cloud-Verarbeitung
4.5. Analytische Techniken 4.5.1. Analytische Techniken 4.5.2. Prädiktive Analytik 4.5.3. Analyse von Mustern und Empfehlungen 4.5.4. Skalierbares maschinelles Lernen	4.6. Visualisierung für die Entscheidungsfindung 4.6.1. Datenvisualisierung und -analyse 4.6.2. Hilfsmittel 4.6.3. Visualisierung für die Datenanalyse 4.6.4. Bericht-Design	4.7. Nutzung von Geschäftsinformationen 4.7.1. Das Dashboard 4.7.2. Design und Extraktion von KPIs 4.7.3. Geografische Informationen	4.8. Sicherheit und Governance 4.8.1. Sicherheit 4.8.2. Governance
4.9. Echte Anwendungen für IT-Projekte 4.9.1. Von der Sammlung bis zur Verarbeitung 4.9.2. Von der Analyse zur Visualisierung	4.10. Projektleitung 4.10.1. Projekt 4.10.2. Anforderungen und Ziele 4.10.3. Start-up und Implementierung		

Modul 5. Strategische Überwachung und Steuerung von IT-Projekten

5.1. Daten und Informationen für die Entscheidungsfindung und das Projektmanagement

- 5.1.1. *Business Intelligence*
- 5.1.2. Die Entwicklung des Konzepts der *Business Intelligence*
- 5.1.3. Lebenszyklus der Daten

5.2. Techniken für die Informationsanalyse

- 5.2.1. Deskriptive Analytik
- 5.2.2. Präskriptive Analytik
- 5.2.3. Prädiktive Analytik
- 5.2.4. Analyse von Mustern und Empfehlungen
- 5.2.5. Beiträge der Analyse in IT-Projekten

5.3. Datentypen

- 5.3.1. Strukturierte Daten
- 5.3.2. Semistrukturierte Daten
- 5.3.3. Unstrukturierte Daten

5.4. Speicherung und Verwaltung

- 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse* und *Data Mart*
- 5.4.2. Phasen der Datenverwaltung: Extraktion, Transformation und Laden
- 5.4.3. ETL- und ELT-Paradigma

5.5. Datenmanagement für die Projektdurchführung

- 5.5.1. Verwendung von Daten bei der Planung eines Projekts
- 5.5.2. Entscheidungsfindung
- 5.5.3. Beiträge

5.6. *Business-Intelligence*-Lösungen: *Power BI*

- 5.6.1. Ökosystem
- 5.6.2. Potenzielle Stärken und Schwächen

5.7. *Business-Intelligence*-Lösungen: *Tableau*

- 5.7.1. Ökosystem
- 5.7.2. Stärken und Schwächen

5.8. *Business-Intelligence*-Lösungen: *Qlik*

- 5.8.1. Ökosystem
- 5.8.2. Potenzielle Stärken und Schwächen

5.9. *Business-Intelligence*-Lösungen: *Prometheus*

- 5.9.1. Ökosystem
- 5.9.2. Potenzielle Stärken und Schwächen

5.10. Die Zukunft von *Business Intelligence*

- 5.10.1. Cloud-Anwendungen
- 5.10.2. *Business Intelligence* für den Eigenverbrauch
- 5.10.3. Integration mit *Data Science*. Wertgenerierung

Modul 6. Digitale Analytik für die Entscheidungsfindung bei Technologieprojekten**6.1. Digitale Analytik**

- 6.1.1. Digitale Analytik
- 6.1.2. Modus operandi

6.2. Google Analytics: Analyse-Tool

- 6.2.1. Google Analytics
- 6.2.2. Quantifizieren und qualifizieren: Metriken und Dimensionen
- 6.2.3. Ziele der Analyse

6.3. Metriken

- 6.3.1. Grundlegende Metriken
- 6.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*) oder erweiterte Metriken
- 6.3.3. Das Ziel: Konvertierung

6.4. Dimensionen

- 6.4.1. Kampagne/*Keyword*
- 6.4.2. Quelle/Medien
- 6.4.3. Inhalt

6.5. Google Analytics

- 6.5.1. Installation und Konfiguration des Tools
- 6.5.2. Vorhandene Versionen: UA/GA4
- 6.5.3. Konvertierungsziele, Konvertierungstrichter

6.6. Struktur von Google Analytics: Arbeitsbereiche

- 6.6.1. Konten
- 6.6.2. Eigenschaften
- 6.6.3. Ansichten

6.7. Google Analytics-Berichte

- 6.7.1. Echtzeit
- 6.7.2. Publikum
- 6.7.3. Akquisition
- 6.7.4. Verhalten
- 6.7.5. Umrechnungen

6.8. Erweiterte Google Analytics-Berichte

- 6.8.1. Maßgeschneiderte Berichte
- 6.8.2. Panels
- 6.8.3. APIs

6.9. Filter

- 6.9.1. Filter und Segmente, Benutzerfreundlichkeit
- 6.9.2. Vordefinierte Segmente und benutzerdefinierte Segmente
- 6.9.3. Remarketing-Listen

6.10. Digitaler Analyseplan

- 6.10.1. Messung
- 6.10.2. Umsetzung im technologischen Umfeld
- 6.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 7. Verbesserung von IT-Projekten und Unternehmen durch analytische Techniken

7.1. Datenanalyse in Unternehmen

- 7.1.1. Datenanalyse in Unternehmen
- 7.1.2. Der Wert
- 7.1.3. Wertorientiertes Projektmanagement

7.2. Digitales Marketing

- 7.2.1. Digitales Marketing
- 7.2.2. Vorteile des digitalen Marketings

7.3. Digitales Marketing. Vorbereitung

- 7.3.1. Kampagnen
- 7.3.2. Ausführung und Messung
- 7.3.3. Varianten der digitalen Strategie
- 7.3.4. Planung

7.4. Digitales Marketing. Ausführung

- 7.4.1. Anwendungen
- 7.4.2. Integration in Web-Umgebungen

7.5. Lebenszyklus

- 7.5.1. *Customer Journey* vs. Kampagnen
- 7.5.2. Messung

7.6. Datenmanagement

- 7.6.1. *Datawarehouse* und *Datalab*
- 7.6.2. Anwendungen für die Generierung von Kampagnen-Grundlagen
- 7.6.3. Optionen für den Antrieb

7.7. Kampagnen-Ausschlüsse

- 7.7.1. Typen
- 7.7.2. GDPR und Robinson
- 7.7.3. Daten-Anonymisierung

7.8. *Dashboards*

- 7.8.1. Publikum
- 7.8.2. *Storytelling*
- 7.8.3. Anwendungen

7.9. Wertschlussfolgerungen in der Datenanalyse

- 7.9.1. Allgemeine Kundenübersicht
- 7.9.2. Analyse-Strategie und -Typen
- 7.9.3. Anwendungen

7.10. Anwendung in Business-Szenarien

- 7.10.1. *Clustering* des Portfolios
- 7.10.2. Prädiktive Risikomodelle
- 7.10.3. Charakterisierung von Portfolio-Kunden
- 7.10.4. Bildbearbeitung
- 7.10.5. Modelle für Angebotsvorschläge

Modul 8. Qualität im Management und in der Implementierung von Softwareprojekten**8.1. Software-Qualität**

- 8.1.1. Methodologien und Standards
- 8.1.2. Software-Qualitätsberichte: Der CHAOS-Bericht der Standish Group
- 8.1.3. Software-Qualitätszertifizierungen: ISO, AENOR

8.2. Sichere Kodierung

- 8.2.1. Kodierung: Gründe und Arten von Codes
- 8.2.2. Kodierungsregeln

8.3. Datenqualität durch Eingabevalidierung

- 8.3.1. Effiziente Datenerfassung
- 8.3.2. *Data-Entry*-Methoden: OCR, Keyboard, RFID usw.
- 8.3.3. Tests und Prüfungen zur Datenvalidierung

8.4. Total Quality Management: Six Sigma

- 8.4.1. TQM
- 8.4.2. *Six Sigma*: Methodologie und Kultur
- 8.4.3. *Top-Down*-Systementwurf und modulare Programmierung
- 8.4.4. Dokumentation: Folkloristische Dokumentationsmethode

8.5. Prüfung, Wartung und Audits

- 8.5.1. Test-Prozesse
- 8.5.2. Verwendung von Testdaten
- 8.5.3. Audits und externe Prüfer

8.6. Qualität der in den Netzwerken eingesetzten Produkte

- 8.6.1. *Client-Server*-Technologie
- 8.6.2. *Cloud-Computing*-Technologie

8.7. Benutzerschulung

- 8.7.1. Strategien für die Benutzerschulung
- 8.7.2. Schulungsleitfäden

8.8. Strategien für die Konvertierung/ Migration in neue Systeme

- 8.8.1. Migrationsstrategien: parallel, schrittweise
- 8.8.2. Plan für die Migration/Konvertierung
- 8.8.3. Verwaltung der Dateneigentümer

8.9. Sicherheit

- 8.9.1. Physische und logische Sicherheit: Vernichtung von Dokumenten
- 8.9.2. Elektronischer Geschäftsverkehr
- 8.9.3. *Disaster-Recovery*-Plan

8.10. Bewertung

- 8.10.1. Techniken zur Qualitätsbewertung
- 8.10.2. Bewertung in Web-Umgebungen

Modul 9. Einhaltung von Vorschriften zur Informationssicherheit bei Technologieprojekten

9.1. Datenschutzbestimmungen

- 9.1.1. Normativer Rahmen
- 9.1.2. Zur Einhaltung der Vorschriften verpflichtete Personen
 - 9.1.2.1. Verantwortliche, Mitverantwortliche und Datenverarbeiter
- 9.1.3. Der Datenschutzbeauftragte

9.2. Verarbeitung von persönlichen Daten

- 9.2.1. Fairness, Loyalität und Transparenz
- 9.2.2. Zweckbindung
- 9.2.3. Datenminimierung, Genauigkeit und Begrenzung der Speicherdauer
- 9.2.4. Integrität und Vertraulichkeit
- 9.2.5. Proaktive Rechenschaftspflicht

9.3. Datenschutz durch Design und durch Voreinstellung

- 9.3.1. Pseudonymisierung von Daten
- 9.3.2. Minimierung von Daten
- 9.3.3. Organisatorische Maßnahmen in Übereinstimmung mit dem Zweck der Verarbeitung

9.4. Grundlagen der Rechtmäßigkeit oder Legitimation und Genehmigungen für die Verarbeitung. Übermittlung von Daten

- 9.4.1. Einverständnis
- 9.4.2. Vertragliche Beziehung oder vorvertragliche Maßnahmen
- 9.4.3. Erfüllung einer gesetzlichen Verpflichtung
- 9.4.4. Schutz der vitalen Interessen der betroffenen Person oder einer anderen Person
- 9.4.5. Öffentliches Interesse oder Ausübung öffentlicher Gewalt
- 9.4.6. Legitimes Interesse: Interessenabwägung

9.5. Rechte des Einzelnen

- 9.5.1. Transparenz und Information
- 9.5.2. Zugang
- 9.5.3. Berichtigung und Löschung (Recht auf Vergessenwerden), Einschränkung und Übertragbarkeit
- 9.5.4. Widersprüche und automatisierte Einzelentscheidungen
- 9.5.5. Grenzen der Rechte

9.6. Risikoanalyse und Risikomanagement bei der Verarbeitung personenbezogener Daten

- 9.6.1. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen
- 9.6.2. Risikobewertung
- 9.6.3. Risiko-Behandlungsplan

9.7. Techniken zur Gewährleistung der Einhaltung der Datenschutzverordnung

- 9.7.1. Identifizierung von proaktiven Maßnahmen zur Rechenschaftspflicht
- 9.7.2. Register der Verarbeitungstätigkeiten
- 9.7.3. Management von Sicherheitsverletzungen
- 9.7.4. Verhaltenskodizes und Zertifizierungen

9.8. Die Folgenabschätzung zum Schutz personenbezogener Daten (DPIA)

- 9.8.1. DPIA-Bedarfsanalyse
- 9.8.2. Methodik der Bewertung
- 9.8.3. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen
- 9.8.4. Vorherige Konsultation der Aufsichtsbehörde

9.9. Informationssicherheit

- 9.9.1. Regulatorischer Rahmen für die Sicherheit
- 9.9.2. Bewertung und Zertifizierung von IKT-Sicherheitsprodukten
- 9.9.3. Katalog der STIC-Produkte und -Dienstleistungen (CPSTIC)

9.10. Aufsichtsbehörden. Verstöße und Sanktionen

- 9.10.1. Verstöße
- 9.10.2. Sanktionen
- 9.10.3. Sanktionsverfahren
- 9.10.4. Kontrollbehörden und Kooperationsmechanismen

Modul 10. Teammanagement in IT-Projekten

10.1. Teammanagement

- 10.1.1. Managementfähigkeiten
- 10.1.2. Personalmanagement und Managementfunktionen
- 10.1.3. Klassifizierung und Arten von Führungskompetenzen
- 10.1.4. Management der Gruppenleitung in Unternehmen

10.2. Team Building

- 10.2.1. Teamleitung
- 10.2.2. Leistungsbewertung
- 10.2.3. Delegation und *Empowerment*
- 10.2.4. Verwaltung des *Engagements*

10.3. Das Arbeitsteam

- 10.3.1. Kultur: Mission, Vision, Werte
- 10.3.2. Planung und Strategie
- 10.3.3. Organisation und Überwachung
- 10.3.4. *Feedback und Feedforward*
- 10.3.5. Bewertung der Ergebnisse

10.4. Etappen der Teambildung

- 10.4.1. Etappe der Abhängigkeit
- 10.4.2. Gegen-Abhängigkeitsetappe
- 10.4.3. Unabhängigkeitsetappe
- 10.4.4. Etappe der Interdependenz

10.5. Organisation von IT-Projekten

- 10.5.1. Planung im Unternehmen
- 10.5.2. Zeitplanung
- 10.5.3. Ressourcenplanung
- 10.5.4. Kostenplanung

10.6. Talent Management im Unternehmen

- 10.6.1. Das Talent
- 10.6.2. Talentmanagement
- 10.6.3. Talent-Dimensionen
- 10.6.4. Talent-Anziehung

10.7. Kommunikation im Unternehmen

- 10.7.1. Der Kommunikationsprozess im Unternehmen
 - 10.7.1.1. Beziehungen und interne Unternehmenskommunikation
 - 10.7.1.2. Die Beziehung zwischen Organisation und Kommunikation im Unternehmen: Zentralisierung oder Dezentralisierung
 - 10.7.1.3. Interne und externe Kommunikationsmittel
- 10.7.2. Zwischenmenschliche Beziehungen im Unternehmen
 - 10.7.2.1. Kommunikation und zwischenmenschliche Konflikte
 - 10.7.2.2. Kommunikationsfilter und -barrieren
 - 10.7.2.3. Kritik und aktives Zuhören
 - 10.7.2.4. Techniken des aktiven Zuhörens

10.8. Verhandlungstechniken im Unternehmen

- 10.8.1. Verhandlung auf Managementebene in Technologieunternehmen
 - 10.8.1.1. Verhandlung
 - 10.8.1.2. Verhandlungsstile
 - 10.8.1.3. Phasen der Verhandlung
- 10.8.2. Verhandlungstechniken
 - 10.8.2.1. Verhandlungsstrategien und -taktiken
 - 10.8.2.2. Arten der Verhandlung
- 10.8.3. Die Figur des Verhandlungsführers
 - 10.8.3.1. Merkmale des Verhandlungsführers
 - 10.8.3.2. Typen von Verhandlungsführern
 - 10.8.3.3. Psychologie in der Verhandlung

10.9. Coaching und Unternehmensführung

- 10.9.1. *Business Coaching*
- 10.9.2. Praxis des *Coachings*
- 10.9.3. *Coaching* in Organisationen

10.10. Mentoring und Unternehmensführung

- 10.10.1. *Mentoring*
- 10.10.2. Die 4 Prozesse eines *Mentoring*-Programms
 - 10.10.2.1. Prozesse
 - 10.10.2.2. Die Figur der Mentors im Unternehmen
 - 10.10.2.3. Die Figur des Protégés im technologischen Unternehmen
- 10.10.3. Vorteile von *Mentoring* im Unternehmen
 - 10.10.3.1. Vorteile für die Organisation: Mentor und Mentee
- 10.10.4. Unterschiede zwischen *Mentoring* und *Coaching*

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

11.1. Globalisierung und Governance

- 11.1.1. Governance und Corporate Governance
- 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
- 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance

11.2. Führung

- 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 11.2.2. Führung in Unternehmen
- 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.3.3. Diversitätsmanagement

11.4. Managemententwicklung und Führung

- 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 11.4.2. Konzept der Führung
- 11.4.3. Theorien der Führung
- 11.4.4. Führungsstile
- 11.4.5. Intelligenz in der Führung
- 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

11.5. Wirtschaftsethik

- 11.5.1. Ethik und Moral
- 11.5.2. Wirtschaftsethik
- 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

11.6. Nachhaltigkeit

- 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen

11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

11.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards

11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

11.10. Rechtliches Umfeld und Corporate Governance

- 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

12.1. Strategisches Management von Menschen

- 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
- 12.1.2. Strategisches Management von Menschen

12.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement

- 12.2.1. Analyse des Potenzials
- 12.2.2. Vergütungspolitik
- 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne

12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

- 12.3.1. Leistungsmanagement
- 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse

12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement

- 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 12.4.2. Identifizierung, Ausbildung und Entwicklung von Talenten
- 12.4.3. Loyalität und Bindung
- 12.4.4. Proaktivität und Innovation

12.5. Motivation

- 12.5.1. Die Natur der Motivation
- 12.5.2. Erwartungstheorie
- 12.5.3. Theorien der Bedürfnisse
- 12.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams

- 12.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 12.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

12.7. Änderungsmanagement

- 12.7.1. Änderungsmanagement
- 12.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
- 12.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 12.8.1. Verhandlung
- 12.8.2. Management von Konflikten
- 12.8.3. Krisenmanagement

12.9. Kommunikation der Führungskräfte

- 12.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 12.9.2. Abteilungen für Kommunikation
- 12.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

12.10. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten

- 12.10.1. Produktivität
- 12.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

13.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
- 13.1.2. Finanzinstitutionen
- 13.1.3. Finanzmärkte
- 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
- 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

13.2. Buchhaltung

- 13.2.1. Grundlegende Konzepte
- 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
- 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
- 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
- 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*

- 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 13.4.1. Das Haushaltsmodell
- 13.4.2. Das Kapitalbudget
- 13.4.3. Das Betriebsbudget
- 13.4.5. Cash-Budget
- 13.4.6. Haushaltsüberwachung

13.5. Finanzmanagement

- 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 13.5.2. Die Finanzabteilung
- 13.5.3. Bargeldüberschüsse
- 13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
- 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

13.6. Finanzielle Planung

- 13.6.1. Definition der Finanzplanung
- 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
- 13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
- 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
- 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

13.8. Strategische Finanzierungen

- 13.8.1. Selbstfinanzierung
- 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 13.8.3. Hybride Ressourcen
- 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre

13.9. Finanzanalyse und -planung

- 13.9.1. Analyse der Bilanz
- 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.9.3. Analyse der Rentabilität

13.10. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen

- 13.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

14.1. Kaufmännisches Management

- 14.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
- 14.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
- 14.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter

14.2. Marketing

- 14.2.1. Marketingkonzept
- 14.2.2. Grundlagen des Marketings
- 14.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens

14.3. Strategisches Marketingmanagement

- 14.3.1. Konzept des strategischen Marketings
- 14.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
- 14.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung

14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel

- 14.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
- 14.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
- 14.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
- 14.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
- 14.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel

14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke

- 14.5.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden

- 14.6.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hypersegmentierung

14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen

- 14.7.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
- 14.7.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
- 14.7.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen

14.8. Verkaufsstrategie

- 14.8.1. Verkaufsstrategie
- 14.8.2. Verkaufsmethoden

14.9. Unternehmenskommunikation

- 14.9.1. Konzept
- 14.9.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.3. Art der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.5. Elemente der Kommunikation
- 14.9.6. Kommunikationsprobleme
- 14.9.7. Szenarien der Kommunikation

14.10. Kommunikation und digitaler Ruf

- 14.10.1. Online-Reputation
- 14.10.2. Wie misst man die digitale Reputation?
- 14.10.3. Online-Reputationstools
- 14.10.4. Online-Reputationsbericht
- 14.10.5. *Online-Branding*

Modul 15. Geschäftsleitung

15.1. General Management

- 15.1.1. Konzept des General Management
- 15.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
- 15.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 15.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

15.2. Operations Management

- 15.2.1. Bedeutung des Managements
- 15.2.2. Die Wertschöpfungskette
- 15.2.3. Qualitätsmanagement

15.3. Krisenkommunikation

- 15.3.1. Krise
- 15.3.2. Phasen der Krise
- 15.3.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

15.4. Einen Krisenplan vorbereiten

- 15.4.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 15.4.2. Planung
- 15.4.3. Angemessenheit des Personals

15.5. Emotionale Intelligenz

- 15.5.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 15.5.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 15.5.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

15.6. *Personal Branding*

- 15.6.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.6.2. Regeln des Personal Branding
- 15.6.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

15.7. Führungsrolle und Teammanagement

- 15.7.1. Leadership und Führungsstile
- 15.7.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 15.7.3. Management von Veränderungsprozessen
- 15.7.4. Leitung multikultureller Teams

07 Methodik

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

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





“

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



Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

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

“

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



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

Relearning Methodology

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

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

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

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

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



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

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

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

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

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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



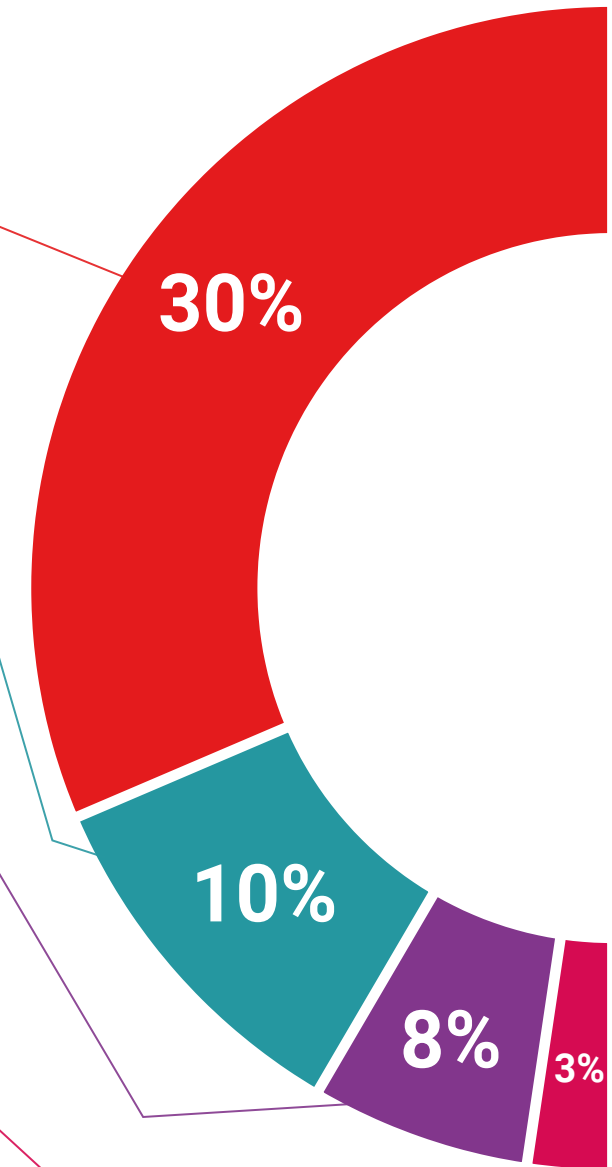
Übungen zu Managementfähigkeiten

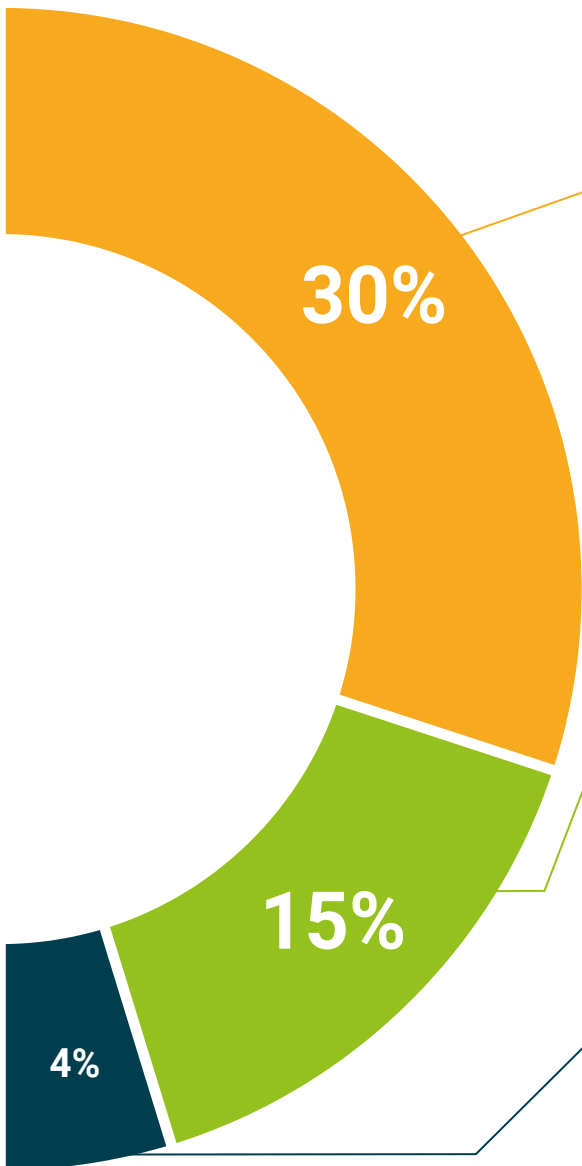
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Case Studies

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profil unserer Studenten

Dieser MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten richtet sich an Fachleute aus dem technologischen Bereich, die ihre Karriere auf das Management und die Leitung von Arbeitsteams ausrichten wollen, mit den fortgeschrittenen Kenntnissen, die auch in diesem Bereich erforderlich sind. Zu diesem Zweck wird der Student mit den besten Methoden, Arbeitsmitteln und theoretischen Kenntnissen des Fachs ausgestattet, um ihn bestmöglich auf die Übernahme von Verantwortung und höhere Positionen vorzubereiten.



“

Die besten Jobs sind für die am besten Qualifizierten reserviert. Nutzen Sie diesen MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten für den entscheidenden Schritt in Ihrer beruflichen Karriere“

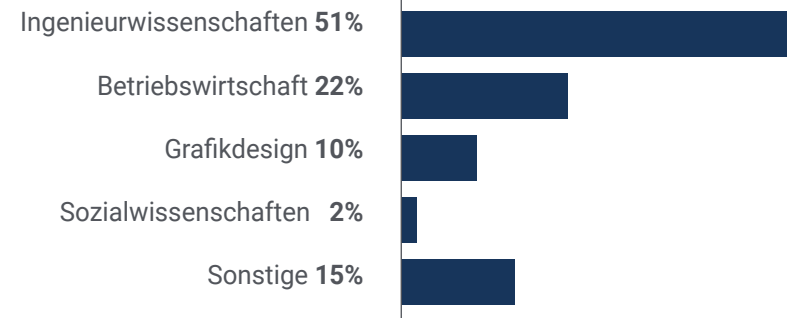
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

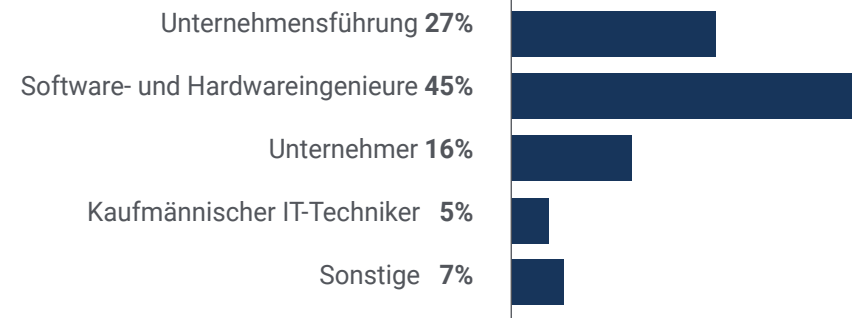
Jahre der Erfahrung



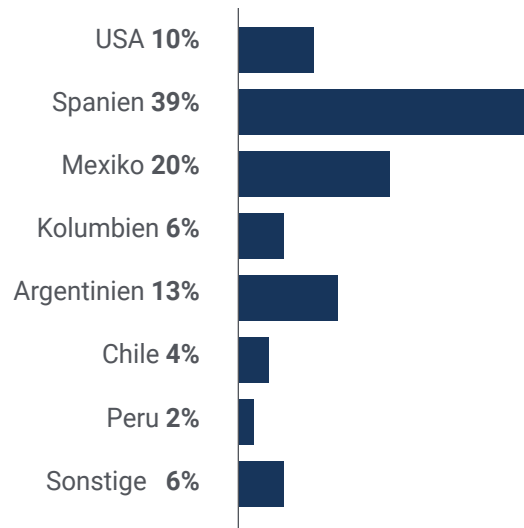
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Miguel Valero Bautista

Leiter von Technologieprojekten

"Ich war in meiner beruflichen Laufbahn lange Zeit festgefahren, aber dank des Programms für Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten von TECH konnte ich anfangen, mich auf immer wichtigere Stellenangebote zu bewerben und mehr Verantwortung in meinem Umfeld zu übernehmen. Zweifellos hat dieser Abschluss meine Karriere auf eine neue Ebene gehoben"

09

Kursleitung

TECH bringt für diesen Executive Master die besten Lehrkräfte in jedem Handlungsfeld im Bereich der Technologieprojekte zusammen, um den Studenten die bestmögliche Fortbildung in diesem Bereich zu gewährleisten. Die hochqualifizierten Fachleute, aus denen sich das Lehrpersonal zusammensetzt, werden ihre berufliche Erfahrung und ihr *Know-how* einbringen, um dem Studenten dabei zu helfen, den beruflichen Erfolg zu erreichen, den sie selbst in ihrer jeweiligen Karriere erzielt haben, durch den Erwerb der notwendigen Qualifizierung für den Zugang zu Führungspositionen.



“

Dank der Hilfe der Experten, die TECH in diesem Executive Master zusammengeführt hat, werden Sie zur Elite des technologischen Spitzenmanagements gehören“

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

“

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

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

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO und CTO bei *Prometeus* Global Solutions
- CTO bei Korporate Technologies
- CTO bei AI Shephers GmbH
- Promotion in technischer Informatik an der Universität von Castilla La Mancha
- Promotion in Wirtschaftswissenschaften, Unternehmen und Finanzen an der Universität Camilo José Cela, Außerordentlicher Promotionspreis
- Promotion in Psychologie an der Universität von Castilla La Mancha
- Masterstudiengang in Fortgeschrittene Informationstechnologien an der Universität von Castilla La Mancha
- Masterstudiengang MBA+E (Master in Business Administration and Organisational Engineering) an der Universität von Castilla la Mancha
- Außerordentlicher Professor an der Universität von Castilla la Mancha für Bachelor- und Masterstudiengänge in Computertechnik
- Professor für den Masterstudiengang in *Big Data* und *Data Science* an der Internationalen Universität von Valencia
- Professor für den Masterstudiengang in Industrie 4.0 und den Masterstudiengang in Industriedesign und Produktentwicklung
- Mitglied der SMILE-Forschungsgruppe der Universität von Castilla La Mancha

Professoren

Hr. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ Oracle-Datenbankadministrator bei NATO, Alten, ViewNext, Everis und Psa Group (Peugeot)
- ♦ Projektleitung bei Telefónica
- ♦ Sicherheitsmanagement bei FNMT
- ♦ Technische Beratung bei IBM Sterling und IBM Aspera
- ♦ Software-Ingenieur bei NCR Corporation
- ♦ Computerexperte in den Bereichen Handel/Zivilrecht, Strafrecht und außergerichtliche Angelegenheiten in der Autonomen Gemeinschaft von Madrid
- ♦ Computer-Ingenieur von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Computersicherheit und Kommunikation von der Polytechnischen Universität von Madrid

Hr. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ Business Analyst für Kundenwertmanagement bei Vodafone Spanien
- ♦ Leiter der Abteilung Service Integration bei Entelgy für Telefónica Global Solutions
- ♦ Clone Server Online-Kundenbetreuer bei EDM Electronics
- ♦ Business Analyst für Südeuropa bei Vodafone Global Enterprise
- ♦ Ingenieur für Telekommunikation von der Europäischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in *Big Data* und *Analytics* an der Internationalen Universität von Valencia

Hr. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Projektleitung und technische Leitung bei Indra Sistemas
- ♦ Leitung des Zentrums für Verkehrskontrolle und -management der Generaldirektion für Verkehr in Madrid
- ♦ Systemingenieur bei ENA Tráfico
- ♦ Hochschulabschluss in Industrieelektronik und Automatisierungstechnik an der Europäischen Universität von Madrid
- ♦ Technischer Ingenieur für Elektrizität von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Industrie 4.0 an der Internationalen Universität von La Rioja

Fr. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Projektleitung im Bereich Großkundenintegration bei Correos y Telégrafos
- ♦ IT-Technikerin - Verantwortlich für die OTEC-Computerräume an der Universität von Alcalá
- ♦ Technikerin für elektronische Sicherheitsprodukte bei Securitas Seguridad España
- ♦ Leitung der Abteilung für digitale Transformation und Business Intelligence Analyst bei Ricopia Technologies
- ♦ Dozentin für Computerkurse bei der Vereinigung ASALUMA
- ♦ Hochschulabschluss in Elektronik und Kommunikation an der Universität von Alcalá

Hr. García Niño, Pedro

- ♦ Spezialist für Web-Positionierung und SEO/Google Ads
- ♦ Spezialist für SEO On-Page/Off-Page
- ♦ Google Ads Spezialist (SEM/PPC) mit offizieller Zertifizierung
- ♦ Spezialist für Google Analytics/Digital Marketing Analytics und Leistungsmessung
- ♦ Spezialist für digitales Marketing und Social Media
- ♦ Verkaufsleiter für IT-Dienstleistungen
- ♦ Computertechniker für Hardware/Software

Fr. García La O, Marta

- ♦ Verwaltung, Administration und *Account Management* bei Think Planificación y Desarrollo
- ♦ Organisation, Überwachung und Betreuung von Schulungskursen für Führungskräfte bei Think Planificación y Desarrollo
- ♦ Buchhalterin bei Tabacos Santiago und Zaraiche-Stan Roller
- ♦ Marketing-Spezialistin bei Versas Consultores
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität von Murcia
- ♦ Masterstudiengang in Handels- und Marketingmanagement von der Fundesem Business School





Fr. Palomino Dávila, Cristina

- ♦ Beraterin und Senior GRC-Auditorin bei Oesía Networks
- ♦ Subdirektion Audit - Generalsekretariat bei Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ♦ Leitende Beraterin und Prüferin im Bereich des Schutzes personenbezogener Daten und der Dienste der Informationsgesellschaft bei Helas Consultores
- ♦ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Masterstudiengang in Rechtsberatung für Unternehmen, IE University
- ♦ Fortgeschrittenenkurs in digitaler Sicherheit und Krisenmanagement der Universität von Alcalá und der Spanischen Allianz für Sicherheit und Krisenmanagement (AESYC)

Auswirkung auf Ihre Karriere

Mit dem MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten sichert sich der Student einen positiven Einfluss auf seine berufliche Karriere. Das liegt an den Kompetenzen und Kenntnissen, die während der Fortbildung erworben wurden und die von Technologieunternehmen, die effektive Führungskräfte für ihre Belegschaft suchen, sehr gefragt sind. Der Student wird sich dadurch auszeichnen, dass er über einen vollständigen Lebenslauf verfügt und auf dem neuesten Stand der technologischen Realitäten des Marktes ist.



“

*TECH engagiert sich zu 100% für ihre Studenten,
um ihre berufliche Laufbahn in Richtung der
besten Managementpositionen zu fördern”*

Sie werden Ihre Gehaltserwartungen durch das Management relevanter Technologieprojekte dank dieses MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten verbessern.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

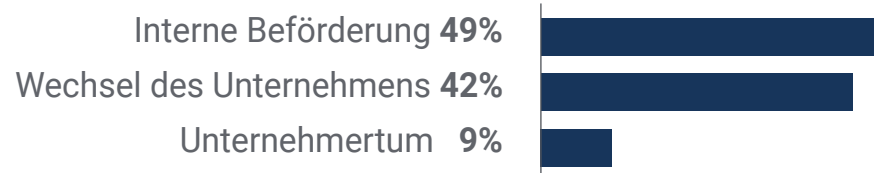
Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten von TECH ist ein intensives Programm, das den Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des Technologiemanagements zu meistern. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und ihm zu helfen, in seiner Karriere erfolgreich zu sein.

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, Ihr berufliches Ziel zu verfolgen und Sie werden sehen, dass Sie mit TECH ganz nach oben kommen können.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **30,68%**



Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten trägt dazu bei, die Talente der Organisation durch die Fortbildung von hochrangigen Führungskräften, die in der Lage sind, die Leitung von hochspezialisierten Arbeitsteams zu übernehmen, auf ihr maximales Potenzial zu bringen. Die Teilnahme an diesem Executive Master ist auch eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Inmitten der digitalen Transformation von unzähligen Unternehmen wird dieser MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten Sie im Vergleich zu anderen Kandidaten, die nicht den gleichen Vorsprung oder die gleiche Spezialisierung haben, um Projekte zu leiten, viel sichtbarer machen"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

12 Qualifizierung

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten** 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 in MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**





Executive Master

MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten

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

Executive Master

MBA in Fortgeschrittenes Management
von Technologieprojekten