

Executive Master MBA in Management von Kreativunternehmen

M B A M K



Executive Master MBA in Management von Kreativunternehmen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen Abschluss in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing, Kommunikation oder Design erworben haben.

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-kreativunternehmen

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 36

08

Profil unserer Studenten

Seite 44

09

Kursleitung

Seite 48

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 54

11

Vorteile für ihr Unternehmen

Seite 58

12

Qualifizierung

Seite 62

01 Willkommen

Obwohl die Disziplin des Managements in der Kreativwirtschaft gerade erst das Licht der Welt erblickt, machen sich immer mehr Unternehmen ihre Methodik zu eigen, um den Erfolg ihrer Prozesse zu fördern. Diese Arbeit, die Kunst, Kultur, Design, Wirtschaft und Technologie fördert, erfordert hochqualifizierte Fachleute, die in der Lage sind, den Wert der Kreativität in einen wirtschaftlichen Vorteil für das Unternehmen zu verwandeln. Aus diesem Grund hat TECH dieses Programm entwickelt, in dem Fachleute aus verschiedenen Branchen lernen, den Prozess der Ideenfindung und Umsetzung kreativer Vorschläge auf effiziente Weise zu steuern und das finanzielle und wirtschaftliche Wachstum des Unternehmens zu fördern. Ein Studienplan, der sich über 12 Monate erstreckt und der ein Vorher und Nachher in der beruflichen Laufbahn des Studenten markiert.



MBA in Management von Kreativunternehmen.
TECH Technologische Universität



“

Werden Sie zu einem Aktivposten des Wandels für Ihre Organisation und beginnen Sie, Kunst, Kultur, Design, Wirtschaft und Technologie aus einer neuen und effektiven Perspektive zu fördern”

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 Ausbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge 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 sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

Jährlich geschulte 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 der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer 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 den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



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, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer 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. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung 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

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

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

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

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

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigorese 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

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

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

04 Ziele

TECH hat diesen MBA in Management von Kreativunternehmen mit dem grundlegenden Ziel konzipiert, dem Studenten zu helfen, die Fähigkeiten, Werkzeuge und Kenntnisse zu erwerben, die ihn in die Lage versetzen, in Unternehmen dieser Art zu arbeiten und die Generierung und Umsetzung von innovativen Ideen zu fördern. Zu diesem Zweck wurde ein kompletter Lehrplan erstellt, der einen 360°-Überblick über alle Besonderheiten des Berufes bietet und von einem hervorragenden Lehrkörper unterrichtet wird.



“

TECH verfolgt mit diesem MBA in Management von Kreativunternehmen das Ziel, die kompetentesten und am besten vorbereiteten Fachleute auf dem Markt zu qualifizieren”

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der MBA in Management von Kreativunternehmen wird die Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Erwerb und Verständnis von Kenntnissen, die für die Fortbildung von Studenten nützlich sind und ihnen Fähigkeiten zur Entwicklung und Anwendung origineller Ideen in ihrer persönlichen und beruflichen Arbeit vermitteln

02

Verständnis dafür, wie Kreativität und Innovation zu den treibenden Kräften der Wirtschaft geworden sind

03

Probleme in neuen Umgebungen und in interdisziplinären Kontexten im Bereich des Kreativitätsmanagements lösen

04

Das eigene Wissen mit dem Wissen anderer verknüpfen und auf der Grundlage der jeweils verfügbaren Informationen fundierte Urteile und Schlussfolgerungen formulieren



05

Wissen, wie man den Prozess der Entwicklung und Umsetzung von neuen Ideen zu einem bestimmten Thema steuert

06

Erwerb von spezifischen Kenntnissen für das Management von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft

07

Progressive und ständige Aktualisierung in einer autonomen Fortbildungsumgebung

08

Instrumente zur Analyse der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Realitäten erlangen, in denen sich die Kreativwirtschaft heute entwickelt und verändert



09

Die Studenten sollen die notwendigen Fähigkeiten erwerben, um ihr berufliches Profil sowohl im geschäftlichen als auch im unternehmerischen Umfeld zu entwickeln und weiterzuentwickeln

10

Erwerb von Kenntnissen zur Führung von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft

11

Organisation und Planung von Aufgaben, wobei die verfügbaren Ressourcen optimal genutzt werden, um sie innerhalb eines präzisen Zeitrahmens zu erledigen





12

Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien als Instrumente für die Fortbildung und den Erfahrungsaustausch auf dem Gebiet des Studiums

13

Entwicklung von Kommunikationsfähigkeiten, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form, sowie der Fähigkeit, effektive professionelle Präsentationen in der täglichen Praxis zu halten

14

Erwerb von Fähigkeiten in den Bereichen Marktforschung, strategische Vision, digitale Methoden und Co-Creation

05

Kompetenzen

Nach Abschluss dieses umfassenden Programms, das von den Fachleuten der TECH entwickelt wurde, werden Sie eine Reihe von Kompetenzen und Fähigkeiten erworben haben, die es Ihnen ermöglichen werden, mit größerem Erfolg im Managementumfeld der Kreativwirtschaft zu arbeiten. Eine akademische Erfahrung, die aufgrund der Tatsache, dass sie vollständig online durchgeführt wird, den Fachkräften ermöglicht, ihre Karriere weiter voranzutreiben, ohne dabei ihre Arbeit und den Rest ihrer täglichen Verpflichtungen zu vernachlässigen. Sie benötigen also nur ein elektronisches Gerät mit Internetzugang, um auf die vollständigste und effektivste Wissensdatenbank auf dem Markt zuzugreifen.



“

Lernen Sie die Besonderheiten des MBA in Management von Kreativunternehmen kennen und entwickeln Sie die notwendigen Fähigkeiten, um in diesem Bereich erfolgreich zu sein”

01

In Unternehmen der Kreativbranche arbeiten und wissen wie man sie erfolgreich führt

02

Gründliche Kenntnis der Funktionsweise und des globalen Kontexts der neuen Kreativwirtschaft

03

Fundierte Kenntnisse über alle Aspekte des Schutzes kreativer Produkte, vom Schutz des geistigen Eigentums bis zum Werberecht

04

Durchführung eines korrekten wirtschaftlichen und finanziellen Managements von Unternehmen in der Kreativbranche



05

Wissen, wie man Gewinn, Rentabilität und Kosten bei Projekten in der Kreativbranche berechnet

06

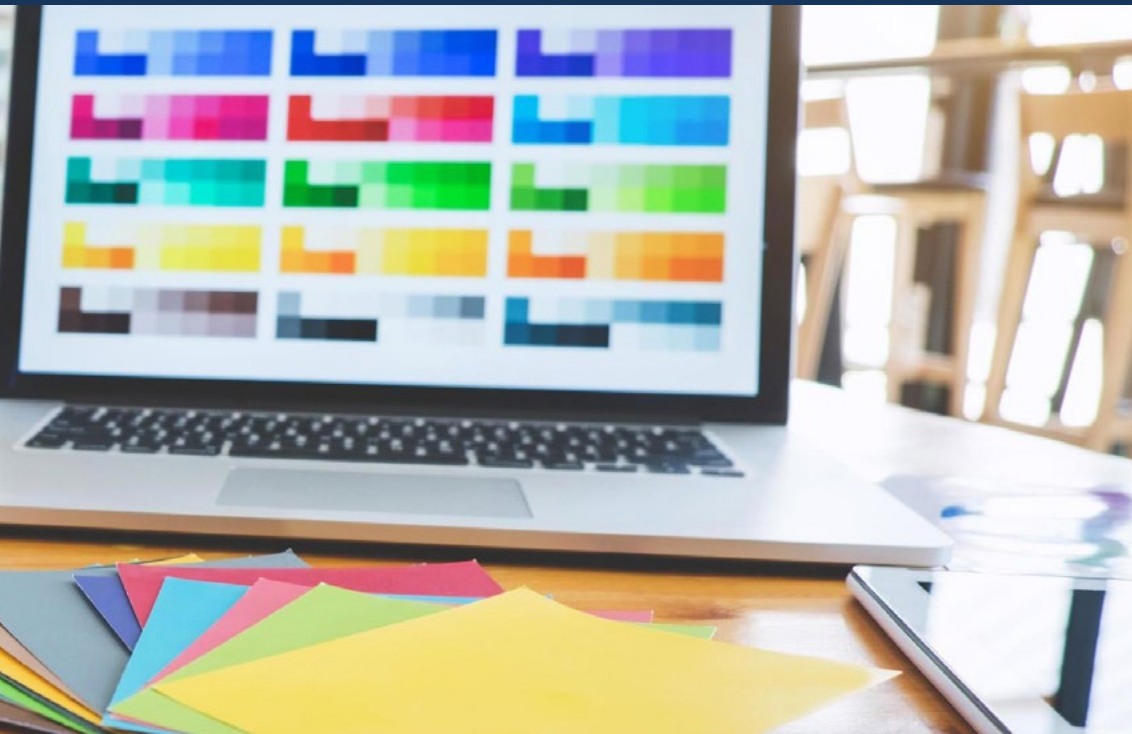
Über umfassende Kompetenzen in der *Future Thinking*-Methode verfügen, um deren Vorteile in der täglichen Arbeit anwenden zu können

07

Wissen, wie man Veränderungen richtig bewältigt und die Zukunft von Unternehmen der Kreativbranche vorhersagt

08

In der Lage sein, ein effizientes Kundenmanagement für Kreativunternehmen durchzuführen



09

Kenntnis des Kommunikationsmanagements auf einer ganzheitlichen Ebene für Unternehmen in der Kreativbranche

10

Aktive Mitwirkung am Markenbildungsprozess in Kreativunternehmen

11

Fundierte Kenntnisse, die es der Fachkraft ermöglichen, den Digitalisierungsprozess in der Kreativwirtschaft zu steuern





12

Anwendung innovativer digitaler Marketingstrategien für Kreativunternehmen

13

Vermittlung von umfassenden Kenntnissen, die es dem Studenten ermöglichen, als Unternehmer in der Kreativbranche tätig zu werden und das Beste aus seiner ursprünglichen Idee zu machen

14

Unterstützung der Fachleute bei der Aneignung von Führungsinstrumenten in dieser Branche

06

Struktur und Inhalt

Die Struktur und die Inhalte des MBA in Management von Kreativunternehmen wurden von einer Gruppe hoch angesehener Fachleute auf diesem Gebiet entwickelt, die die Erfahrung ihrer jahrelangen Arbeit in dieses Auffrischungsprogramm einfließen lassen. Auf diese Weise ist der von TECH für dieses Programm vorgelegte Lehrplan multimedial konzipiert, um dem Studenten zu helfen, das Wissen auf einfachste und bequemste Weise zu verinnerlichen.



“

Was Sie studieren, ist sehr wichtig. Die Fähigkeiten und Kompetenzen, die Sie erwerben, sind der Schlüssel. Sie werden keinen vollständigeren Lehrplan als diesen finden, glauben Sie uns...”

Lehrplan

Traditionell wurden Kreativität und Management als antagonistische Disziplinen betrachtet. Heute jedoch sind Kreativität und Innovation neben der Technologie zu den wichtigsten Triebkräften des wirtschaftlichen Fortschritts geworden. Diese Realität erfordert neue Berufsprofile, die in der Lage sind diese Instrumente für das Management in der so genannten Kreativwirtschaft harmonisch und effektiv zu entwickeln.

Durch dieses vollständige Programm erlangt der Student die Beherrschung aller Themen, die für das Management von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft notwendig sind. Das Programm konzentriert sich nicht nur auf das Kunstmanagement, sondern zielt darauf ab, das Handwerkszeug für die Analyse der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Realitäten zu vermitteln, in denen sich die Kreativwirtschaft heute entwickelt und verändert.

Dieses Programm ist so konzipiert, dass es mit einer Methode studiert werden kann, die den Erwerb von Fähigkeiten im Bereich der Marktforschung, der strategischen Vision, der digitalen Tools und der Co-Creation fördert.

Andererseits entwickeln sich die Arbeitsplätze in diesem Sektor ständig weiter. Aus diesem Grund zielt das Programm darauf ab, dass der Student die notwendigen Fähigkeiten erwirbt, um sein berufliches Profil sowohl im geschäftlichen als auch im unternehmerischen Umfeld zu entwickeln und auszubauen.

All dies, verdichtet in einem akademischen Programm, das in zehn Lehrmodule unterteilt ist, die über einen Zeitraum von 12 Monaten unterrichtet werden, soll zu einem Wendepunkt in der beruflichen Laufbahn des Studenten werden. Auf diese Weise wird der Student nach Abschluss des Programms in der Lage sein, mit einer höheren Erfolgsquote in Unternehmen der Kreativbranche zu arbeiten.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und ist in 10 Module unterteilt:

Modul 1	Neue Kreativwirtschaft
Modul 2	Schutz von kreativen und immateriellen Produkten auf dem derzeitigen Markt
Modul 3	Wirtschafts- und Finanzmanagement von Kreativunternehmen
Modul 4	<i>Futures Thinking</i> : Wie macht man aus dem Heute das Morgen?
Modul 5	Verbraucher- oder Benutzermanagement in Kreativunternehmen
Modul 6	<i>Creative Branding</i> : Kommunikation und Management von kreativen Marken
Modul 7	Führung und Innovation in der Kreativwirtschaft
Modul 8	Digitale Transformation in der Kreativwirtschaft
Modul 9	Neue Strategien für digitales Marketing
Modul 10	Unternehmertum in der Kreativwirtschaft



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen MBA in Management von Kreativunternehmen 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. Neue Kreativwirtschaft

1.1. Neue Kreativwirtschaft

- 1.1.1. Von der Kulturwirtschaft zur Kreativwirtschaft
- 1.1.2. Die Kreativwirtschaft von heute
- 1.1.3. Aktivitäten und Sektoren, die die Kreativwirtschaft ausmachen

1.2. Wirtschaftliches Gewicht der Kreativwirtschaft heute

- 1.2.1. Beitrag
- 1.2.2. Triebkräfte von Wachstum und Wandel
- 1.2.3. Beschäftigungsaussichten in der Kreativwirtschaft

1.3. Der neue globale Kontext der Kreativwirtschaft

- 1.3.1. Radiographie der Kreativwirtschaft in der Welt
- 1.3.2. Finanzierungsquellen für die Kreativwirtschaft in jedem Land
- 1.3.3. Fallstudien: Managementmodelle und öffentliche Maßnahmen

1.4. Natürliches und kulturelles Erbe

- 1.4.1. Historisches und kulturelles Erbe
- 1.4.2. Nebenprodukte und Dienstleistungen von Museen, archäologischen und historischen Stätten und Kulturlandschaften
- 1.4.3. Immaterielles Kulturerbe

1.5. Visuelle Künste

- 1.5.1. Plastische Künste
- 1.5.2. Fotografie
- 1.5.3. Kunsthandwerk

1.6. Darstellende Künste

- 1.6.1. Theater und Tanz
- 1.6.2. Musik und Festivals
- 1.6.3. Jahrmärkte und Zirkus

1.7. Audiovisuelle Medien

- 1.7.1. Film, Fernsehen und audiovisuelle Inhalte
- 1.7.2. Radio, Podcasts und Audioinhalte
- 1.7.3. Videospiele

1.8. Aktuelle Veröffentlichungen

- 1.8.1. Literatur, Essays und Gedichte
- 1.8.2. Verlage
- 1.8.3. Presse

1.9. Kreative Dienstleistungen

- 1.9.1. Design und Mode
- 1.9.2. Architektur und Landschaftsgestaltung
- 1.9.3. Werbung

1.10. Verbindungen der Kreativwirtschaft oder Orange Economy

- 1.10.1. Kaskadenmodell, konzentrische Kreise
- 1.10.2. Kreativitäts-, Produktions- und Wissens-Spillover
- 1.10.3. Kultur im Dienst der Kreativwirtschaft

Modul 2. Schutz von kreativen und immateriellen Produkten auf dem derzeitigen Markt

2.1. Rechtlicher Schutz von immateriellen Vermögenswerten

2.2. Geistiges Eigentum I

2.3. Geistiges Eigentum II

2.4. Geistiges Eigentum III

2.5. Industrielles Eigentum I: Marken

2.6. Industrielles Eigentum II: Industrielle Designs

2.7. Industrielles Eigentum III: Patente und Gebrauchsmuster

2.8. Geistiges und industrielles Eigentum: Praktiken

2.9. Werberecht I

2.10. Werberecht II

Modul 3. Wirtschafts- und Finanzmanagement von Kreativunternehmen

3.1. Die notwendige wirtschaftliche Nachhaltigkeit 3.1.1. Die Finanzstruktur eines Kreativunternehmens 3.1.2. Buchhaltung in einem Kreativunternehmen 3.1.3. Dreifache Gewinnspanne	3.2. Einnahmen und Ausgaben des heutigen Kreativunternehmens 3.2.1. Kostenrechnung 3.2.2. Art der Kosten 3.2.3. Kostenverteilung	3.3. Gewinnraten im Unternehmen 3.3.1. Deckungsbeitrag 3.3.2. Break-even-Punkt 3.3.3. Bewertung von Alternativen	3.4. Investitionen in den Kreativsektor 3.4.1. Investitionen in die Kreativwirtschaft 3.4.2. Bewertung einer Investition 3.4.3. Die NPV-Methode: Nettogegenwartswert
3.5. Rentabilität in der Kreativwirtschaft 3.5.1. Wirtschaftliche Rentabilität 3.5.2. Rentabilität der Zeit 3.5.3. Finanzielle Rentabilität	3.6. Cashflow: Liquidität und Solvenz 3.6.1. Cashflow 3.6.2. Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung 3.6.3. Liquidation und Hebelwirkung	3.7. Finanzierungsformeln, die derzeit auf dem Kreativmarkt angeboten werden 3.7.1. Risikokapitalfonds 3.7.2. <i>Business angels</i> 3.7.3. Aufrufe und Finanzhilfen	3.8. Produktpreisgestaltung in der Kreativbranche 3.8.1. Preisgestaltung 3.8.2. Gewinn vs. Wettbewerb 3.8.3. Strategie der Preisgestaltung
3.9. Preisstrategie in der Kreativbranche 3.9.1. Arten von Preisstrategien 3.9.2. Vorteile 3.9.3. Nachteile	3.10. Operative Haushaltspläne 3.10.1. Strategisches Planungsinstrument 3.10.2. Elemente, die im operationellen Haushalt enthalten sind 3.10.3. Entwicklung und Ausführung des operationellen Haushalts		

Modul 4. Futures Thinking: Wie macht man aus dem Heute das Morgen?

4.1. Methodik des Futures Thinking 4.1.1. Das Futures Thinking 4.1.2. Vorteile der Anwendung dieser Methode 4.1.3. Die Rolle des "Futuristen" im kreativen Unternehmen	4.2. Anzeichen des Wandels 4.2.1. Das Signal für den Wandel 4.2.2. Identifizierung von Änderungssignalen 4.2.3. Auswertung der Signale	4.3. Arten von Futures 4.3.1. Eine Reise in die Vergangenheit 4.3.2. Die vier Arten von Futures 4.3.3. Die Anwendung der Futures Thinking-Methode am Arbeitsplatz	4.4. Future Forecasting 4.4.1. Auf der Suche nach Drivers 4.4.2. Wie erstellt man eine Zukunftsprognose? 4.4.3. Techniken zur mentalen Stimulation
4.5. Techniken zur mentalen Stimulation 4.5.1. Vergangenheit, Zukunft und Empathie 4.5.2. Fakten vs. Erfahrung 4.5.3. Alternative Wege	4.6. Kollaborative Vorausschau 4.6.1. Die Zukunft als Spiel 4.6.2. <i>Future wheel</i> 4.6.3. Die Zukunft aus verschiedenen Blickwinkeln	4.7. Epische Siege 4.7.1. Von der Entdeckung zum Innovationsvorschlag 4.7.2. Der epische Sieg 4.7.3. Fairness im Spiel der Zukunft	4.8. Bevorzugte Zukünfte 4.8.1. Die bevorzugte Zukunft 4.8.2. Techniken 4.8.3. Von der Zukunft aus zurückarbeiten
4.9. Von der Vorhersage zur Aktion 4.9.1. Bilder der Zukunft 4.9.2. Artefakte der Zukunft 4.9.3. Roadmap	4.10. ODS. Eine globale und multidisziplinäre Vision der Zukunft 4.10.1. Nachhaltige Entwicklung als globales Ziel 4.10.2. Der menschliche Umgang mit der Natur 4.10.3. Soziale Nachhaltigkeit		

Modul 5. Verbraucher- oder Benutzermanagement in kreativen Unternehmen

<p>5.1. Der Benutzer im aktuellen Kontext</p> <p>5.1.1. Der Wandel des Verbrauchers in jüngster Zeit 5.1.2. Die Bedeutung der Forschung 5.1.3. Trendanalyse</p>	<p>5.2. Strategie mit der Person im Mittelpunkt</p> <p>5.2.1. <i>Human Centric</i>-Strategie 5.2.2. Schlüssel und Vorteile des <i>Human Centric</i>-Seins 5.2.3. Erfolgsgeschichten</p>	<p>5.3. Daten im Rahmen der <i>Human Centric</i>-Strategie</p> <p>5.3.1. Daten im Rahmen der <i>Human Centric</i>-Strategie 5.3.2. Der Wert der Daten 5.3.3. 360° Blick auf den Kunden</p>	<p>5.4. Umsetzung der <i>Human Centric</i>-Strategie in der Kreativbranche</p> <p>5.4.1. Umwandlung von verstreuten Informationen in Kundenwissen 5.4.2. Analyse des Potentials 5.4.3. Optimierungsstrategien und -initiativen</p>
<p>5.5. <i>Human Centric</i>-Methode</p> <p>5.5.1. Von der Forschung zum Prototyping 5.5.2. Double Diamond-Modell: Prozess und Phasen 5.5.3. Instrumente</p>	<p>5.6. <i>Design Thinking</i></p> <p>5.6.1. Das <i>Design Thinking</i> 5.6.2. Methodik 5.6.3. <i>Design Thinking</i> Techniken und Werkzeuge</p>	<p>5.7. Die Positionierung der Marke in den Köpfen der Benutzer</p> <p>5.7.1. Analyse der Positionierung 5.7.2. Typologie 5.7.3. Methodik und Instrumente</p>	<p>5.8. <i>User Insights</i> in Kreativunternehmen</p> <p>5.8.1. <i>Insights</i> und ihre Bedeutung 5.8.2. <i>Customer Journey</i> und die Bedeutung des <i>Journey Map</i> 5.8.3. Forschungstechniken</p>
<p>5.9. Benutzerprofilierung (Archetypen und Buyer Persona)</p> <p>5.9.1. Archetypen 5.9.2. Buyer Persona 5.9.3. Methodik der Analyse</p>	<p>5.10. Forschungsressourcen und -techniken</p> <p>5.10.1. Techniken im Kontext 5.10.2. Visualisierungs- und Gestaltungstechniken 5.10.3. Techniken der Stimmkontraste</p>		

Modul 6. *Creative Branding*: Kommunikation und Management von kreativen Marken

<p>6.1. <i>Brands and branding</i></p> <p>6.1.1. Markenzeichen 6.1.2. Entwicklung des <i>Branding</i> 6.1.3. Positionierung, Markenpersönlichkeit, Bekanntheitsgrad</p>	<p>6.2. Markenbildung</p> <p>6.2.1. Marketing Mix 6.2.2. Markenarchitektur 6.2.3. Markenidentität</p>	<p>6.3. Ausdruck der Marke</p> <p>6.3.1. Grafische Identität 6.3.2. Visueller Ausdruck 6.3.3. Andere Elemente, die die Marke widerspiegeln</p>	<p>6.4. Kommunikation</p> <p>6.4.1. Annäherungen 6.4.2. <i>Brand Touchpoints</i> 6.4.3. Kommunikationstechniken und -werkzeuge</p>
<p>6.5. <i>Brand Content</i></p> <p>6.5.1. Von Marken zu Unterhaltungsplattformen 6.5.2. Der Aufstieg der Markeninhalte 6.5.3. Bindung an das Publikum durch einzigartiges Storytelling</p>	<p>6.6. <i>Visual Storytelling</i></p> <p>6.6.1. Markenanalyse 6.6.2. Kreative Werbekonzepte 6.6.3. Kreatives Verkaufen</p>	<p>6.7. <i>Customer Experience</i></p> <p>6.7.1. <i>Customer Experience</i> (CX) 6.7.2. <i>Customer journey</i> 6.7.3. Markenausrichtung und CX</p>	<p>6.8. Strategische Planung</p> <p>6.8.1. Ziele 6.8.2. Identifizierung von Zielgruppen und Insights 6.8.3. Strategieentwicklung</p>
<p>6.9. <i>Performance</i></p> <p>6.9.1. Das <i>Briefing</i> 6.9.2. Taktik 6.9.3. Produktionsplan</p>	<p>6.10. Bewertung</p> <p>6.10.1. Was ist zu bewerten? 6.10.2. Wie ist das zu beurteilen? (Messinstrumente) 6.10.3. Berichterstattung über die Ergebnisse</p>		

Modul 7. Führung und Innovation in der Kreativwirtschaft

7.1. Kreativität in der Industrie 7.1.1. Kreativer Ausdruck 7.1.2. Kreative Ressourcen 7.1.3. Kreative Techniken	7.2. Die neue innovative Kultur 7.2.1. Der Kontext der Innovation 7.2.2. Warum scheitert die Innovation? 7.2.3. Akademische Theorien	7.3. Dimensionen und Hebel der Innovation 7.3.1. Die Ebenen oder Dimensionen der Innovation 7.3.2. Verhaltensweisen für Innovation 7.3.3. Intrapreneurship und Technologie	7.4. Einschränkungen und Hindernisse für Innovationen in der Kreativbranche 7.4.1. Persönliche und gruppenbezogene Zwänge 7.4.2. Soziale und organisatorische Zwänge 7.4.3. Industrielle und technologische Zwänge
7.5. Geschlossene Innovation und offene Innovation 7.5.1. Von der geschlossenen Innovation zur offenen Innovation 7.5.2. Praktiken zur Umsetzung offener Innovation 7.5.3. Erfahrungen mit offener Innovation in Unternehmen	7.6. Innovative Geschäftsmodelle in der Kreativwirtschaft 7.6.1. Geschäftstrends in der Kreativwirtschaft 7.6.2. Fallstudien 7.6.3. Revolution im Sektor	7.7. Leitung und Verwaltung einer Innovationsstrategie 7.7.1. Die Annahme vorantreiben 7.7.2. Den Prozess leiten 7.7.3. Portfolio Maps	7.8. Innovation finanzieren 7.8.1. CFO: Risikokapitalgeber 7.8.2. Dynamische Finanzierung 7.8.3. Auf Herausforderungen reagieren
7.9. Hybridisierung: Innovation in der Kreativwirtschaft 7.9.1. Schnittpunkt der Sektoren 7.9.2. Die Entwicklung bahnbrechender Lösungen 7.9.3. Der Medici-Effekt	7.10. Neue kreative und innovative Ökosysteme 7.10.1. Schaffung eines innovativen Umfelds 7.10.2. Kreativität als Lebensstil 7.10.3. Ökosystem		

Modul 8. Digitale Transformation in der Kreativwirtschaft

8.1. Digital Future der Kreativwirtschaft 8.1.1. Digitale Transformation 8.1.2. Der Zustand des Sektors und sein Vergleich 8.1.3. Künftige Herausforderungen	8.2. Vierte industrielle Revolution 8.2.1. Industrielle Revolution 8.2.2. Anwendung 8.2.3. Auswirkungen	8.3. Digitale Wegbereiter für Wachstum 8.3.1. Operative Effizienz, Beschleunigung und Verbesserung 8.3.2. Kontinuierliche digitale Transformation 8.3.3. Lösungen und Dienstleistungen für die Kreativwirtschaft	8.4. Die Anwendung von Big Data im Unternehmen 8.4.1. Wert der Daten 8.4.2. Daten zur Entscheidungsfindung 8.4.3. <i>Data driven company</i>
8.5. Kognitive Technologie 8.5.1. KI und Digital Interaction 8.5.2. IoT und Robotik 8.5.3. Andere digitale Praktiken	8.6. Einsatz und Anwendungen der Blockchain-Technologie 8.6.1. <i>Blockchain</i> 8.6.2. Wert für den Sektor der Kreativunternehmen 8.6.3. Vielseitigkeit der Transaktionen	8.7. Omni-Channel und die Entwicklung von Transmedia 8.7.1. Auswirkungen auf den Sektor 8.7.2. Analyse der Herausforderung 8.7.3. Entwicklung	8.8. Ökosysteme für das Unternehmertum 8.8.1. Die Rolle von Innovation und Risikokapital 8.8.2. Das Ökosystem der <i>Start-ups</i> und die Akteure, die es ausmachen
8.8.3. Wie lässt sich die Beziehung zwischen dem Kreativagenten und dem <i>Start-up</i> optimieren??	8.9. Neue disruptive Geschäftsmodelle 8.9.1. Kommerzialisierung (Plattformen und <i>Marketplaces</i>) 8.9.2. Dienstbereitstellung (<i>Freemium</i> -, <i>Premium</i> - oder Abonnementmodelle) 8.9.3. Community-basiert (durch <i>Crowdfunding</i> , soziale Netzwerke oder Blogs)	8.10. Methoden zur Förderung der Innovationskultur in der Kreativwirtschaft 8.10.1. Innovationsstrategie „Blue Ocean“ 8.10.2. <i>Lean Start-up</i> -Innovationsstrategie 8.10.3. Agile Innovationsstrategie	

Modul 9. Neue Strategien für digitales Marketing

9.1. Technologie und Publikum

- 9.1.1. Digitale Strategie und Unterschiede zwischen Nutzertypen
- 9.1.2. Zielgruppen, ausgrenzende Faktoren und Generationen
- 9.1.3. Das *ideal Customer Profile* (ICP) und die Buyer Persona

9.2. Digitale Analytik für die Diagnose

- 9.2.1. Analytik im Vorfeld der digitalen Strategie
- 9.2.2. Null-Moment
- 9.2.3. KPIs und Metriken, Typologien, Klassifizierung nach Methodologien

9.3. E-entertainment: die Auswirkungen des E-commerce auf die Unterhaltungsindustrie

- 9.3.1. E-commerce, Typologien und Plattformen
- 9.3.2. Die Bedeutung des Web-Designs: UX und UI
- 9.3.3. Optimierung des Online-Raums: Mindestanforderungen

9.4. Social Media und Influencer Marketing

- 9.4.1. Auswirkungen und Entwicklung des Netzmarketings
- 9.4.2. Überzeugungsarbeit, Schlüssel zu Inhalten und viralen Aktionen
- 9.4.3. Planung von Social Marketing-Kampagnen und *Influencer Marketing*

9.5. Mobile marketing

- 9.5.1. Mobile-Benutzer
- 9.5.2. Web Mobile und Apps
- 9.5.3. Aktionen für *mobile marketing*

9.6. Werbung in Online-Umgebungen

- 9.6.1. Werbung in sozialen Netzwerken und Ziele von Social Ads
- 9.6.2. Der Konversionstrichter oder *Purchase Funnel*: Kategorien
- 9.6.3. Social-Ads-Plattformen

9.7. Die Methodik des Inbound Marketing

- 9.7.1. *Social Selling*, Grundpfeiler und Strategie
- 9.7.2. Die CRM-Plattform im Rahmen einer digitalen Strategie
- 9.7.3. Das Inbound Marketing oder Attraction Marketing: Aktionen und SEO

9.8. Marketing-Automatisierung

- 9.8.1. *E-Mail-Marketing* und E-Mail-Typologie
- 9.8.2. *E-Mail-Marketing-Automatisierung*, Anwendungen, Plattformen und Vorteile
- 9.8.3. Das Aufkommen von Bot & *Chatbot Marketing*: Typologie und Plattformen

9.9. Werkzeuge zur Datenverwaltung

- 9.9.1. CRM für digitale Strategie, Typologien und Anwendungen, Plattformen und Trends
- 9.9.2. Big Data: Big Data, *Business Analytics* und *Business Intelligence*
- 9.9.3. Big Data, künstliche Intelligenz und *Data Science*

9.10. Messung der Kostenwirksamkeit

- 9.10.1. ROI: die Definition von Kapitalrendite und ROI vs. ROAS
- 9.10.2. Optimierung des ROI
- 9.10.3. Wichtige Metriken

Modul 10. Unternehmertum in der Kreativwirtschaft

10.1. Das unternehmerische Projekt

- 10.1.1. Unternehmertum, Typen und Lebenszyklus
- 10.1.2. Profil des Unternehmers
- 10.1.3. Themen von Interesse für das Unternehmertum

10.2. Persönliche Führung

- 10.2.1. Selbsterkenntnis
- 10.2.2. Unternehmerische Fähigkeiten
- 10.2.3. Entwicklung von unternehmerischen Führungsqualitäten und -fähigkeiten

10.3. Identifizierung von Möglichkeiten für Innovation und Unternehmertum

- 10.3.1. Analyse von Megatrends und Wettbewerbskräften
- 10.3.2. Verbraucherverhalten und Nachfrageschätzung
- 10.3.3. Bewertung der Geschäftsmöglichkeiten

10.4. Generierung von Geschäftsideen in der Kreativbranche

- 10.4.1. Werkzeuge für die Ideenfindung: *Brainstorming, Mindmapping, Drawstorming*, usw.
- 10.4.2. Entwurf eines Wertangebots: canvas, 5 W
- 10.4.3. Entwicklung des Wertversprechens

10.5. Prototyping und Validierung

- 10.5.1. Entwicklung von Prototypen
- 10.5.2. Validierung
- 10.5.3. Anpassungen beim Prototyping

10.6. Entwurf eines Geschäftsmodells

- 10.6.1. Das Geschäftsmodell
- 10.6.2. Methodologien für die Erstellung von Geschäftsmodellen
- 10.6.3. Entwurf des Geschäftsmodells für die vorgeschlagene Idee

10.7. Teamleitung

- 10.7.1. Teamprofile nach Temperamenten und Persönlichkeit
- 10.7.2. Fähigkeiten als Teamleiter
- 10.7.3. Methoden der Teamarbeit

10.8. Kulturelle Märkte

- 10.8.1. Natur der Kulturmärkte
- 10.8.2. Arten von Kulturmärkten
- 10.8.3. Identifizierung lokaler Kulturmärkte

10.9. Marketingplan und *Personal Branding*

- 10.9.1. Projektion des persönlichen und unternehmerischen Projekts
- 10.9.2. Mittel- und kurzfristiger Strategieplan
- 10.9.3. Variablen zur Erfolgsmessung

10.10. Verkaufsgespräch

- 10.10.1. Präsentation des Projekts vor Investoren
- 10.10.2. Vorbereitung von attraktiven Präsentationen
- 10.10.3. Entwicklung einer effektiven Kommunikationsfähigkeit

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 aufgibt 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 Wirtschaftsschule 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



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 Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

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 auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule 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 Online-Universität in Spanisch 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 ausgebildet. 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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



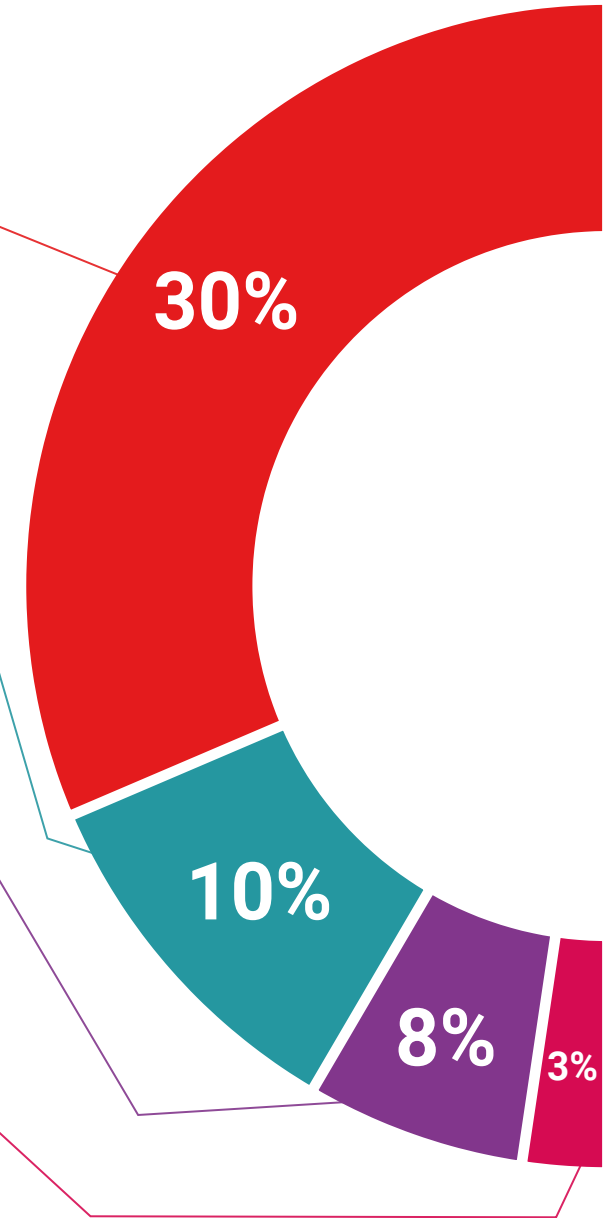
Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken 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 haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

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.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



08

Profil unserer Studenten

Das Programm richtet sich Hochschulabsolventen, die zuvor einen Abschluss in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing, Kommunikation oder Design erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Das Programm steht auch Fachleuten offen, die einen Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich haben und über zwei Jahre Berufserfahrung im Bereich des Managements von Kreativunternehmen verfügen.





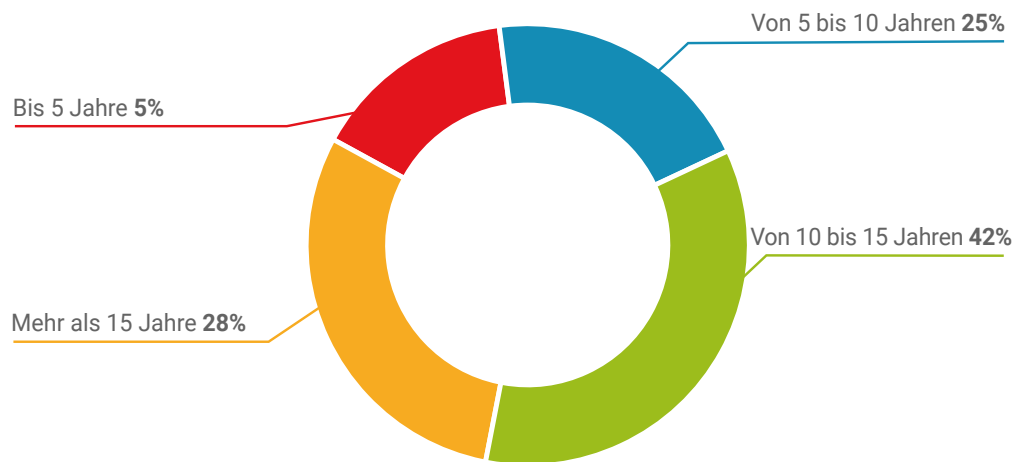
“

Wenn Sie zu unserer ausgewählten Gruppe von Alumni gehören und Ihre beruflichen Möglichkeiten vervielfachen möchten, dann ist dieses Programm genau das Richtige für Sie”

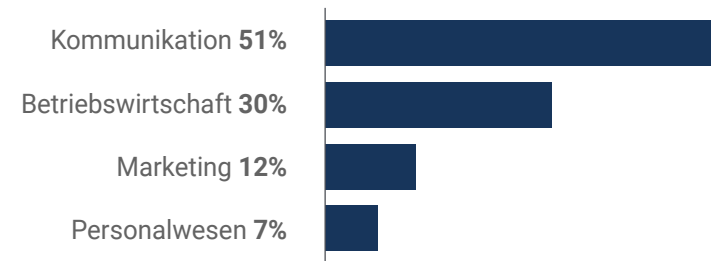
Durchschnittliches Alter

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

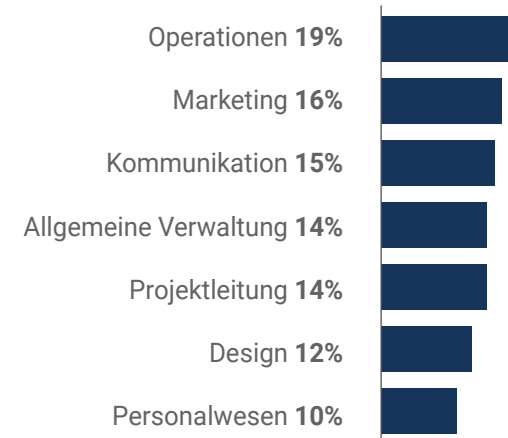
Jahre der Erfahrung



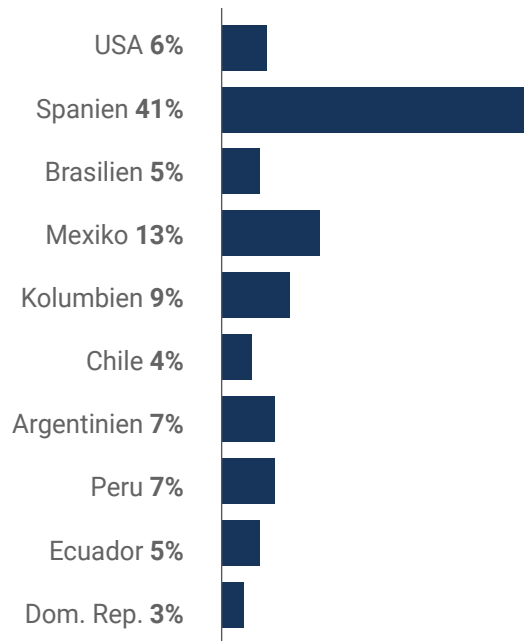
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Ariadna González Suárez

CEO eines Textilunternehmens

“Das Studium bei TECH war zweifellos eine große Entdeckung für mich. Ich war auf der Suche nach einem Programm, das mir helfen würde, die Kreativität in meinem Unternehmen zu fördern, und mit diesem Programm habe ich es gefunden. Darüber hinaus nehme ich eine Reihe hervorragender Kontakte mit, die ich während des Programms geknüpft habe”

09

Kursleitung

In ihrem Streben nach einer qualitativ hochwertigen Fortbildung, die den Grundstein für die berufliche Entwicklung des Studenten legt, hat TECH für dieses Programm die umfassendste und spezialisierteste Gruppe von Fachleuten aus dem internationalen Umfeld zusammengebracht. Dies garantiert dem Studenten, dass er durch die Aktualisierung seines Wissens an dieser Universität die Gewissheit hat, über das vollständigste und effektivste Wissen auf dem Markt zu verfügen und somit in der Lage ist, mit einer höheren Erfolgsquote in der Kreativbranche zu arbeiten.



“

Wir verfügen über ein Team von sehr erfahrenen Lehrkräften, die Ihnen helfen werden, sich in diesem Bereich zu spezialisieren”

Leitung



Dr. Velar, Marga

- ♦ Corporate Marketing Manager bei SGN Group (Nueva York)
- ♦ Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation mit einem Diplom in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III in Madrid
- ♦ MBA in Fashion Business Management von der ISEM Fashion Business School
- ♦ Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra

Professoren

Fr. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ♦ Rechtsberatung des CEO des Unternehmens Eley Hawk
- ♦ Dozentin an der Anwaltskammer Madrid für den Masterstudiengang Digitales Recht, Innovation und neue Technologien
- ♦ Rechtsberatung im Bereich Werberecht für „Autocontrol“ (Vereinigung zur Selbstregulierung der kommerziellen Kommunikation)
- ♦ Designerin bei mehreren Projekten für Unternehmen wie Estudio Mariscal, RBA Ediciones (Zeitschriften National Geographic und El Mueble) und Laboratorios Echevarne
- ♦ Hochschulabschluss in Recht und Design an der Universität Pompeu Fabra in Barcelona
- ♦ Spezialisiert auf geistiges Eigentum mit einem offiziellen Masterstudiengang der Päpstlichen Universität von Comillas (ICADE) in Madrid

Hr. Sanjosé, Carlos

- ♦ Leitung der Abteilung Digital bei MURPH
- ♦ Mehr als 8 Jahre lang Autor von Inhalten bei Liceo25, der Muttergesellschaft von Online-Medien wie 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine oder Libra, u.a.
- ♦ Spezialist für digitales Marketing und Strategie, Social Media & Social Ads, Commerce-Plattformen und E-Mail-Marketing
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR

Dr. San Miguel, Patricia

- ♦ Direktorin und Gründerin des Observatoriums für die Analyse der digitalen Auswirkungen von Modemarken Digital Fashion Brands
- ♦ Professorin für Digitales Marketing an der ISEM Fashion Business School und der Universität von Navarra
- ♦ Promotion an der Universität von Navarra
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Complutense in Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA an der ISEM
- ♦ Autorin des Buchs *Influencer Marketing*

Fr. Bravo Durán, Sandra

- ♦ Dozentin an verschiedenen Universitäten und Wirtschaftshochschulen für die Mode- und Luxusindustrie
- ♦ Expertin für Trend Forecasting und *Customer Insights*
- ♦ Soziologin und Wirtschaftswissenschaftlerin von der Universität von Salamanca
- ♦ Masterstudiengang in Fashion Business Management an der ISEM Fashion Business School
- ♦ Programm zu sozialer Innovation, Nachhaltigkeit und Reputation von Modeunternehmen bei ISEM
- ♦ Doktorandin in angewandter Kreativität an der Universität von Navarra

Hr. Justo, Rumén

- ♦ Beratung von Unternehmen und Unternehmern an der Universität von La Laguna (EmprendeULL)
- ♦ Gründung der Produktionsfirma JR Producciones
- ♦ Mitbegründung der Start-ups E-MOVE, E-CARS und SENDA ECOWAY
- ♦ Hauptgeschäftsführer von SENDA ECOWAY
- ♦ Akkreditierter Mentor des Mentoring-Netzwerks von Spanien bei CEOE
- ♦ Lean Coach bei Olympos Boxen, Handelskammer von Santa Cruz de Tenerife
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre
- ♦ Masterstudiengang in PRL bei SGS
- ♦ Nachdiplomstudium in Technologie-Überwachung
- ♦ Nachdiplomstudium in Roadmapping an der UPC
- ♦ Experte für Personalmanagement an der Universität von Vigo

Fr. Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ Partner und Managerin für Projekte und Unternehmertum in der Kreativindustrie-Fabrik
- ♦ Spezialistin für strategische Planung, Geschäftsentwicklung und Kommunikations- und Marketingstrategie
- ♦ Hochschulabschluss in Arbeitswissenschaften an der Universität von Valladolid
- ♦ Masterstudiengang in Personalmanagement von der Wirtschaftsschule San Pablo CEU
- ♦ Masterstudiengang in Bildungstechnologie von der Bureau Veritas Business School





Dr. Paule Vianez, Jessica

- ♦ Dozentin für Finanzen / Abteilung für Betriebswirtschaft an der Universität Rey Juan Carlos
- ♦ Promotion mit internationaler Erwähnung in Sozial- und Rechtswissenschaften an der Internationalen Doktorandenschule der Universität Rey Juan Carlos
- ♦ Hochschulabschluss in Finanzen und Buchführung an der Universität von Extremadura
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Extremadura
- ♦ Masterstudiengang in statistischer Informationsverarbeitung an der Universität Complutense in Madrid

Fr. Gallego Martínez, Ana Belén

- ♦ Unabhängige Beraterin „Belen Galmar Acompañamiento Empresarial“
- ♦ Promotion in Recht an der Universität Complutense in Madrid
- ♦ MBA - Masterstudiengang in Betriebswirtschaft, Fachrichtung Finanzmanagement, von der Universität Camilo José Cela
- ♦ Executive-Programm für digitale Transformation der Schule für Industrieorganisation

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich voll und ganz bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm dieser Größenordnung eine große finanzielle, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt.

Das oberste Ziel des Studenten, der diese große Anstrengung unternimmt, muss daher die berufliche Weiterentwicklung sein.



“

Eine positive Veränderung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu bewirken, das ist unsere Herausforderung. Wir setzen alles daran, Ihnen dabei zu helfen”

In einer wettbewerbsorientierten Arbeitswelt ist die Spezialisierung der beste Trumpf eines Berufstätigen, wenn es darum geht, sein Profil von anderen abzuheben.

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

Der MBA in Management von Kreativunternehmen von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des Managements von Ideen, Projekten und Arbeit vorbereitet. Sein Hauptziel ist es, das persönliche und berufliche Wachstum des Studenten zu fördern, seine Kreativität zu entwickeln und ihm zu helfen, die Kreativität anderer zu fördern. Auf diese Weise motiviert TECH die Fachkraft, sich auf den Weg zum Erfolg zu machen.

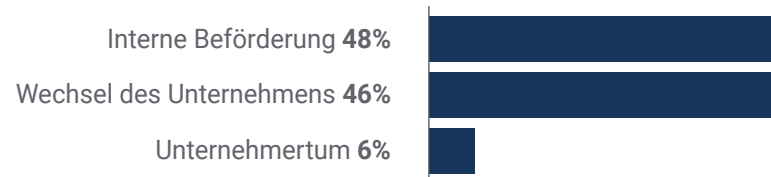
Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf professioneller Ebene erreichen und mit den Besten interagieren möchten, sind Sie hier genau richtig.

Holen Sie sich die Gehaltsverbesserungen, die Sie verdienen, indem Sie dieses vollständige Programm bei TECH absolvieren.

Zeit für Veränderungen



Art der Änderung



Verbesserung der Gehälter

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25%** für unsere Auszubildenden.



11

Vorteile für ihr Unternehmen

Der MBA in Management von Kreativunternehmen trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Fortbildung von hochrangigen Führungskräften auf ihr volles Potenzial zu bringen.

Die Teilnahme an diesem Programm ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Kontaktnetz zu knüpfen, um künftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

In einer Zeit des ständigen sozialen und technologischen Wandels wird das Wissen um den richtigen Umgang mit Kreativität zu einem Schlüsselement, wenn es darum geht, ein Unternehmen von anderen abzuheben”

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 kreative Veränderungen in der Organisation bewirken können.

02

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

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

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Der Student wird in der Lage sein, in Zeiten der Ungewissheit und der Krise 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 Ihrer eigenen Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im kreativen Bereich ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

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

12

Qualifizierung

Der Executive Master MBA in Management von Kreativunternehmen garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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”*

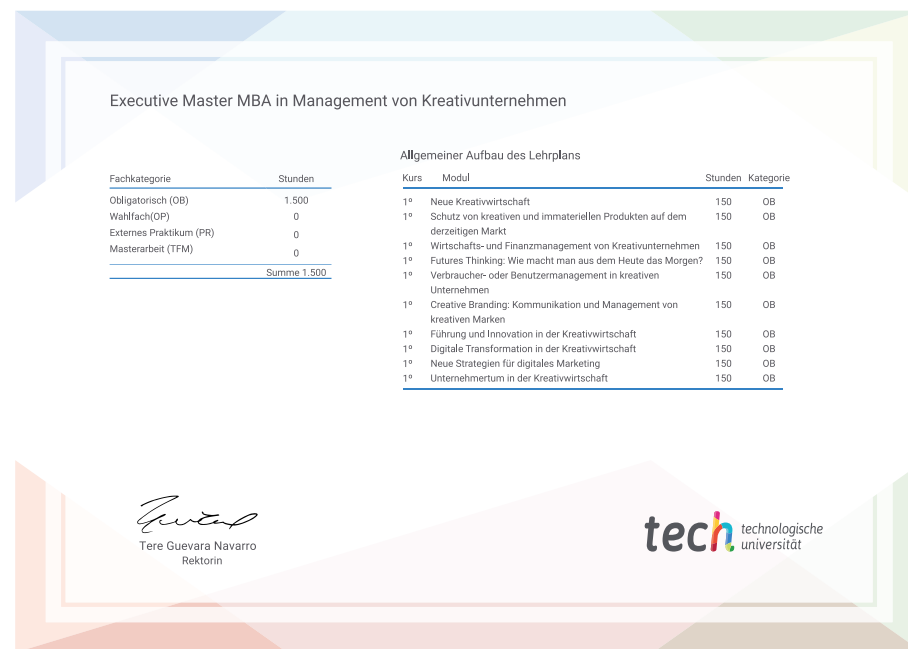
Dieser **Executive Master MBA in Management von Kreativunternehmen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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 Management von Kreativunternehmen**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



*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 Management von Kreativunternehmen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Executive Master

MBA in Management von Kreativunternehmen

