

Executive Master

MBA in Technische Leitung von
Data Science im Unternehmen

M B A T L D S U



Executive Master MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute, die ihre Kenntnisse über fortgeschrittene und moderne Informationstechnologien aktualisieren möchten, mit dem Ziel, ihre Kompetenzen zu erweitern

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-technische-leitung-data-science-unternehmen

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 24

07

Methodik

Seite 40

08

Profil unserer Studenten

Seite 48

09

Kursleitung

Seite 52

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 74

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 78

12

Qualifizierung

Seite 82

01 Willkommen

Viele der heutigen hochmodernen Werkzeuge, Plattformen oder Technologien sind veraltet und in der Geschäftswelt nur noch bedingt einsetzbar. Zweifellos handelt es sich um einen unaufhaltsamen und sich ständig weiterentwickelnden Prozess, der die derzeitige technologische Revolution, die die IT-Fachleute zu einer ständigen Spezialisierung zwingt, am deutlichsten zum Ausdruck bringt.

Das Lehrprogramm zeichnet sich durch eine sorgfältige Auswahl von Technologien aus, darunter auch die neuesten und gefragtesten in der Geschäftswelt. Durch die Einbeziehung spezifischer Module zur Verbesserung der unternehmerischen Vision und des Managements multidisziplinärer Teams unterscheidet sich dieses Programm von anderen und ist in der Lage, einen großen Teil des Bildungsbedarfs aller Fachleute abzudecken, die sich als Maßstab für theoretisches und praktisches Wissen über die neuesten Technologien positionieren möchten.



MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen
TECH Technologische Universität



“

Erwerben Sie mit den Besten das Wissen und die Fähigkeiten die Sie brauchen, um eine Karriere im fortschrittlichen IT-Sektor einzuschlagen"

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

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

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

Dieses Programm zielt darauf ab, die Fähigkeiten der Studenten im Bereich Technische Leitung von Data Science im Unternehmen zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für ihre berufliche Entwicklung unerlässlich sind. Nach Abschluss des Programms wird der Student in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Sichtweise zu treffen.



“

Eines unserer grundlegenden Ziele ist es, Ihnen dabei zu helfen, die wesentlichen Kompetenzen für eine strategische Unternehmensführung zu entwickeln”

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

Der MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Analysieren von ERP- und CRM-Systemen, deren Beitrag und Nutzen

04

Festlegen des Rechtsrahmens für den Umgang mit Daten

02

Entwerfen und Auswählen des richtigen ERP- oder CRM-Tools für jedes Unternehmen

03

Entwickeln der einzelnen Phasen des Datenlebenszyklus

05

Untersuchen des *Data-Mining*-Prozesses



06

Analysieren einer Webplattform und Optimieren ihres Betriebs

08

Analysieren des Rechtsrahmens für den Datenschutz und seiner Beziehung zur künftigen Regulierung von auf künstlicher Intelligenz basierenden Systemen

09

Entwickeln von Fachwissen über wartbare, skalierbare und zuverlässige Systeme

07

Auswerten von Sitzungen und Besucherzahlen zum besseren Verständnis des Zielpublikums

10

Analysieren verschiedener Datenmodelle und ihrer Auswirkungen auf Anwendungen



11

Analysieren klassischer Systemmodelle und Erkennen von Unzulänglichkeiten beim Einsatz in verteilten Anwendungen

14

Entwickeln der Referenzarchitektur und des technologischen *Framework* für das IoT

12

Untersuchen des Paradigmas der verteilten Datenverarbeitung und Etablieren des Microservice-Modells

13

Aufbauen von Fachwissen über das IoT

15

Analysieren des Konzepts der *Agile*-Methodik für das Projektmanagement und Entwicklung der Elemente und Prozesse des SCRUM-Rahmens



16

Untersuchen und Entwickeln der Elemente der KANBAN-Methode für das Projektmanagement

18

Identifizieren von Möglichkeiten zur Verbesserung durch Achtsamkeit



19

Präsentieren eines Geschäftsmodells, das darauf basiert, mit Veränderungen und Ungewissheit umzugehen, anstatt durch Widerstand zu „brechen“

17

Begründen der Differenzierung unseres Unternehmens auf immateriellen Ressourcen

20

Dynamisieren des Unternehmens durch den Einsatz von Emotionsmanagement als Weg zum Erfolg

05

Kompetenzen

Nach Bestehen der Prüfungen des MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen, wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine qualitativ hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten Lehrmethodik erworben haben.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The text 'profit trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Dieses Programm ermöglicht es Ihnen, sich die Fähigkeiten anzueignen, die Sie brauchen, um in der technischen Leitung von Data Science im Unternehmen erfolgreich zu sein"

01

Beherrschen der gängigsten Informationssysteme

02

Verwenden von Algorithmen, Tools und Plattformen zur Anwendung von Techniken des maschinellen Lernens

03

Kennen der wichtigsten Vorschriften für die Verwaltung und den Schutz von Unternehmensdaten

04

Verwalten spezifischer Architekturen für die Verarbeitung großer Mengen von Informationen zur geschäftlichen Nutzung

05

Nutzen der wichtigsten IoT-Technologien und ihrer Anwendbarkeit in realen Umgebungen



06

Durchführen von Webanalyseprozessen, um den potenziellen Kunden besser zu verstehen, als Schlüsselinstrument für die Leitung von strategischen Maßnahmen

08

Eingehen auf den aktuellen Bedarf im Bereich der fortgeschrittenen Informationstechnologien

09

Entwickeln einer kommerziellen Strategie

07

Effizienteres Managen von Projekten und Mitarbeitern

10

Generieren von Fachwissen für die kommerzielle Entscheidungsfindung

06

Struktur und Inhalt

Der MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen ist ein maßgeschneidertes Programm, das zu 100% online unterrichtet wird, so dass die Studenten Zeit und Ort so wählen können, wie es ihrer Verfügbarkeit, ihren Zeitplänen und ihren Interessen am besten entspricht. Ein 12-monatiges Fortbildungsprogramm mit dem Ziel, eine einzigartige und anregende Erfahrung zu machen, die den Grundstein für Ihren beruflichen Erfolg legt.



“

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

Lehrplan

Der MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der technischen Leitung von Data Science im Unternehmen vorbereitet.

Der Inhalt des MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Fähigkeiten zu fördern, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Der Student wird eine Vielzahl von praktischen Fällen in Einzel- und Teamarbeit analysieren. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieser MBA befasst sich eingehend mit der Welt der IT in der Wirtschaft und wurde entwickelt, um Fachleute darin fortzubilden, fortgeschrittene Informationstechnologien in der Wirtschaft aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu verstehen.

Ein Plan, der sich an Studenten richtet, die sich beruflich weiterentwickeln wollen, und der sie darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich der Unternehmensführung und -verwaltung zu erbringen. Ein Programm, das auf ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieser MBA erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und ist in 15 Module unterteilt:

Modul 1	Wichtigste Informationsmanagementsysteme
Modul 2	Datentypen und Datenlebenszyklus
Modul 3	Nummer - Maschinelles Lernen
Modul 4	Web-Analyse
Modul 5	Vorschriften zur Datenverwaltung
Modul 6	Skalierbare und zuverlässige Massendaten-Nutzungssysteme
Modul 7	Systemverwaltung für verteilte Einsätze
Modul 8	<i>Internet of Things</i>
Modul 9	Projektmanagement und <i>Agile</i> Methoden
Modul 10	Kommunikation, Führung und Teammanagement
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 den Studenten die Möglichkeit, diesen MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen 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. Wichtigste Informationsmanagementsysteme

1.1. ERP und CRM

- 1.1.1. Das ERP
- 1.1.2. Das CRM
- 1.1.3. Unterschiede zwischen ERP, CRM, Verkaufsstelle
- 1.1.4. Geschäftlicher Erfolg

1.2. Das ERP

- 1.2.1. Das ERP
- 1.2.2. Arten von ERPs
- 1.2.3. Entwicklung eines ERP-Implementierungsprojekts
- 1.2.4. ERP, Ressourcen-Optimierer
- 1.2.5. Architektur eines ERP-Systems

1.3. Vom ERP bereitgestellte Informationen

- 1.3.1. Vom ERP bereitgestellte Informationen
- 1.3.2. Vor- und Nachteile
- 1.3.3. Die Information

1.4. ERP-Systeme

- 1.4.1. Aktuelle ERP-Systeme und -Tools
- 1.4.2. Entscheidungsfindung
- 1.4.3. ERP-Alltag

1.5. CRM: Das Implementierungsprojekt

- 1.5.1. Das CRM, Implementierungsprojekt
- 1.5.2. Das CRM als Geschäftsinstrument
- 1.5.3. Strategien für das Informationssystem

1.6. CRM: Kundenbindung

- 1.6.1. Ausgangspunkt
- 1.6.2. Verkaufen oder Binden
- 1.6.3. Erfolgsfaktoren in unserem Kundenbindungsprogramm
- 1.6.4. Multi-Channel-Strategien
- 1.6.5. Gestaltung von Treueaktionen
- 1.6.6. E-Loyalität

1.7. CRM: Kommunikationskampagnen

- 1.7.1. Kommunikationsmaßnahmen und -pläne
- 1.7.2. Die Bedeutung des informierten Kunden
- 1.7.3. Das Zuhören gegenüber dem Kunden

1.8. CRM: Unzufriedenheit vermeiden

- 1.8.1. Kundenstornierungen
- 1.8.2. Frühzeitige Fehlererkennung
- 1.8.3. Verbesserungsprozesse
- 1.8.4. Rückgewinnung des unzufriedenen Kunden

1.9. CRM: Besondere Kommunikationsmaßnahmen

- 1.9.1. Zielsetzung und Planung einer Firmenveranstaltung
- 1.9.2. Konzeption und Durchführung der Veranstaltung
- 1.9.3. Maßnahmen der Abteilung
- 1.9.4. Analyse der Ergebnisse

1.10. Beziehungsmarketing

- 1.10.1. Implementierung, Fehler
- 1.10.2. Methodik, Segmentierung und Verfahren
- 1.10.3. Leistung, je nach Abteilung
- 1.10.4. CRM-Tools

Modul 2. Datentypen und Datenlebenszyklus

2.1. Die Statistik 2.1.1. Statistik: Deskriptive Statistik, statistische Schlussfolgerungen 2.1.2. Population, Stichprobe, Individuum 2.1.3. Variablen: Definition und Mess-Skalen	2.2. Arten von statistischen Daten 2.2.1. Je nach Typ 2.2.1.1. Quantitativ: kontinuierliche Daten und diskrete Daten 2.2.1.2. Qualitativ: Binomialdaten, nominale Daten und ordinale Daten	2.2.2. Je nach Form 2.2.2.1. Numerisch 2.2.2.2. Text 2.2.2.3. Logisch 2.2.3. Je nach Quelle 2.2.3.1. Primär 2.2.3.2. Sekundär	2.3. Lebenszyklus der Daten 2.3.1. Etappen des Zyklus 2.3.2. Meilensteine des Zyklus 2.3.3. FAIR-Prinzipien
2.4. Die ersten Phasen des Zyklus 2.4.1. Definition von Zielen 2.4.2. Ermittlung des Ressourcenbedarfs 2.4.3. Gantt-Diagramm 2.4.4. Struktur der Daten	2.5. Datenerhebung 2.5.1. Methodik der Erhebung 2.5.2. Erhebungsinstrumente 2.5.3. Kanäle für die Erhebung	2.6. Datenbereinigung 2.6.1. Phasen der Datenbereinigung 2.6.2. Qualität der Daten 2.6.3. Datenmanipulation (mit R)	2.7. Datenanalyse, Interpretation und Bewertung der Ergebnisse 2.7.1. Statistische Maßnahmen 2.7.2. Beziehungsindizes 2.7.3. <i>Data Mining</i>
2.8. Datenlager (Datawarehouse) 2.8.1. Elemente, aus denen sie bestehen 2.8.2. Design 2.8.3. Zu berücksichtigende Aspekte	2.9. Verfügbarkeit von Daten 2.9.1. Zugang 2.9.2. Nützlichkeit 2.9.3. Sicherheit	2.10. Regulatorische Aspekte 2.10.1. Datenschutzgesetz 2.10.2. Bewährte Verfahren 2.10.3. Andere regulatorische Aspekte	

Modul 3. Nummer - Maschinelles Lernen

3.1. Wissen in Datenbanken 3.1.1. Vorverarbeitung der Daten 3.1.2. Analyse 3.1.3. Interpretation und Bewertung der Ergebnisse	3.2. Machine Learning 3.2.1. Überwachtes und unüberwachtes Lernen. 3.2.2. Lernen durch Verstärkung 3.2.3. Teilüberwachtes Lernen. Andere Lernmodelle	3.3. Klassifizierung 3.3.1. Entscheidungsbäume und regelbasiertes Lernen 3.3.2. <i>Support Vector Machines (SVM)</i> und <i>K-Nearest-Neighbour-Algorithm</i> en (KNN) 3.3.3. Metriken für Sortieralgorithmen	3.4. Regression 3.4.1. Lineare Regression und logistische Regression 3.4.2. Nichtlineare Regressionsmodelle 3.4.3. Zeitreihenanalyse 3.4.4. Metriken für Regressionalgorithmen
3.5. Clustering 3.5.1. Hierarchisches <i>Clustering</i> 3.5.2. Partitionelles <i>Clustering</i> 3.5.3. Metriken für <i>Clustering</i> -Algorithmen	3.6. Assoziationsregeln 3.6.1. Maßnahmen von Interesse 3.6.2. Methoden der Regelextraktion 3.6.3. Metriken für Assoziationsregelalgorithmen	3.7. Multiklassifizierer 3.7.1. <i>Bootstrap Aggregation</i> oder <i>Bagging</i> 3.7.2. <i>Random-Forests</i> -Algorithmus 3.7.3. <i>Boosting</i> -Algorithmus	3.8. Probabilistische Schlussfolgerungsmodelle 3.8.1. Probabilistisches Schlussfolgern 3.8.2. Bayes'sche Netze oder Glaubensnetze 3.8.3. <i>Versteckte Markov-Modelle</i>
3.9. Mehrschichtiges Perzeptron 3.9.1. Neuronales Netz 3.9.2. Maschinelles Lernen mit neuronalen Netzen 3.9.3. Gradientenabstieg, <i>Backpropagation</i> und Aktivierungsfunktionen 3.9.4. Implementierung eines künstlichen neuronalen Netzes	3.10. Tiefes Lernen 3.10.1. Tiefe neuronale Netze. Einleitung 3.10.2. Faltungsnetzwerke 3.10.3. <i>Sequence Modeling</i> 3.10.4. <i>Tensorflow</i> und <i>Pytorch</i>		

Modul 4. Web-Analyse

4.1. Web-Analyse

- 4.1.1. Einführung
- 4.1.2. Entwicklung der Web-Analyse
- 4.1.3. Analyse-Prozess

4.2. Google Analytics

- 4.2.1. Google Analytics
- 4.2.2. Nutzung
- 4.2.3. Ziele

4.3. Hits, Interaktionen mit der Website

- 4.3.1. Grundlegende Metriken
- 4.3.2. KPI (*Key Performance Indicators*)
- 4.3.3. Angemessene Konversionsraten

4.4. Häufige Abmessungen

- 4.4.1. Quelle
- 4.4.2. Mittel
- 4.4.3. *Keyword*
- 4.4.4. Kampagne
- 4.4.5. Personalisierte Kennzeichnung

4.5. Google Analytics-Konfiguration

- 4.5.1. Installation, Erstellung eines Kontos
- 4.5.2. Versionen des Tools: UA/GA4
- 4.5.3. *Tracking-Tag*
- 4.5.4. Umstellungsziele

4.6. Organisation von Google Analytics

- 4.6.1. Konto
- 4.6.2. Eigentum
- 4.6.3. Ansicht

4.7. Google Analytics-Berichte

- 4.7.1. Echtzeit
- 4.7.2. Publikum
- 4.7.3. Akquisition
- 4.7.4. Verhalten
- 4.7.5. Umrechnungen
- 4.7.6. Elektronischer Geschäftsverkehr

4.8. Erweiterte Google Analytics-Berichte

- 4.8.1. Maßgeschneiderte Berichte
- 4.8.2. Panels
- 4.8.3. APIs

4.9. Filter und Segmente

- 4.9.1. Filter
- 4.9.2. Segment
- 4.9.3. Arten von Segmenten: vordefiniert/kundenspezifisch
- 4.9.4. *Remarketing*-Listen

4.10. Digitaler Analyseplan

- 4.10.1. Messung
- 4.10.2. Umsetzung im technologischen Umfeld
- 4.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 5. Vorschriften zur Datenverwaltung

5.1. Rechtlicher Rahmen

- 5.1.1. Rechtlicher Rahmen und Definitionen
- 5.1.2. Verantwortliche, Mitverantwortliche und Datenverarbeiter
- 5.1.3. Zukünftiger Rechtsrahmen für künstliche Intelligenz

5.2. Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten

- 5.2.1. Rechtmäßigkeit, Fairness und Transparenz sowie Zweckbindung
- 5.2.2. Datenminimierung, Genauigkeit und Begrenzung der Speicherdauer
- 5.2.3. Integrität und Vertraulichkeit
- 5.2.4. Proaktive Rechenschaftspflicht

5.3. Legitimation und Berechtigung zur Bearbeitung

- 5.3.1. Grundlage der Legitimität
- 5.3.2. Berechtigungen für die Verarbeitung besonderer Datenkategorien
- 5.3.3. Kommunikation von Daten

5.4. Rechte des Einzelnen

- 5.4.1. Transparenz und Information
- 5.4.2. Zugang
- 5.4.3. Berichtigung und Löschung (Recht auf Vergessenwerden), Einschränkung und Übertragbarkeit
- 5.4.4. Widersprüche und automatisierte Einzelentscheidungen
- 5.4.5. Grenzen der Rechte

5.5. Risikoanalyse und -management

- 5.5.1. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen
- 5.5.2. Risikobewertung
- 5.5.3. Risikobehandlungsplan

5.6. Proaktive Haftungsmaßnahmen

- 5.6.1. Identifizierung von Techniken zur Gewährleistung und zum Nachweis der Einhaltung der Vorschriften
- 5.6.2. Organisatorische Maßnahmen
- 5.6.3. Technische Maßnahmen
- 5.6.4. Management von Sicherheitsverletzungen bei personenbezogenen Daten
- 5.6.5. Das Register der Verarbeitungstätigkeiten

5.7. Die Folgenabschätzung zum Schutz personenbezogener Daten (DPIA)

- 5.7.1. Aktivitäten, die DPIA erfordern
- 5.7.2. Methodik der Bewertung
- 5.7.3. Identifizierung von Risiken, Bedrohungen und Konsultation der Aufsichtsbehörde

5.8. Vertragliche Regelung: Verantwortliche, Beauftragte und andere Personen

- 5.8.1. Verträge zum Datenschutz
- 5.8.2. Zuweisung von Verantwortlichkeiten
- 5.8.3. Verträge zwischen mitverantwortlichen Parteien

5.9. Internationale Datenübermittlung

- 5.9.1. Definition und zu treffende Schutzmaßnahmen
- 5.9.2. Standardvertragsklauseln
- 5.9.3. Andere Instrumente zur Regelung von Überweisungen

5.10. Verstöße und Sanktionen

- 5.10.1. Verstöße und Sanktionen
- 5.10.2. Kriterien für die Graduierung von Sanktionen
- 5.10.3. Der Datenschutzbeauftragte
- 5.10.4. Aufgaben der Aufsichtsbehörden

Modul 6. Skalierbare und zuverlässige Massendaten-Nutzungssysteme

6.1. Skalierbarkeit, Verlässlichkeit und Wartungsfreundlichkeit

- 6.1.1. Skalierbarkeit
- 6.1.2. Verlässlichkeit
- 6.1.3. Instandhaltbarkeit

6.2. Datenmodelle

- 6.2.1. Entwicklung von Datenmodellen
- 6.2.2. Vergleich zwischen dem relationalen Modell und dem dokumentenbasierten NoSQL-Modell
- 6.2.3. Netzmodell

6.3. Datenspeicher- und -abrufsysteme

- 6.3.1. Strukturierte Speicherung von Logs
- 6.3.2. Speicherung in Segmenttabellen
- 6.3.3. B-Bäume

6.4. Dienste, Nachrichtenübermittlung und Datenkodierungsformate

- 6.4.1. Datenfluss in REST-Diensten
- 6.4.2. Datenfluss bei der Nachrichtenübermittlung
- 6.4.3. Formate für den Nachrichtenversand

6.5. Replikation

- 6.5.1. CAP-Theorem
- 6.5.2. Konsistenzmodelle
- 6.5.3. Replikationsmodelle auf der Grundlage von Leader- und Follower-Konzepten

6.6. Verteilte Transaktionen

- 6.6.1. Atomare Transaktionen
- 6.6.2. Verteilte Transaktionen aus verschiedenen Ansätzen Calvin, Spanner
- 6.6.3. Serialisierbarkeit

6.7. Aufteilung

- 6.7.1. Arten der Partitionierung
- 6.7.2. Indexe in Partitionen
- 6.7.3. Neugewichtung der Partition

6.8. Stapelverarbeitung

- 6.8.1. Stapelverarbeitung
- 6.8.2. *MapReduce*
- 6.8.3. Post-*MapReduce*-Ansätze

6.9. Verarbeitung von Datenströmen

- 6.9.1. Nachrichten-Systeme
- 6.9.2. Persistenz von Datenströmen
- 6.9.3. Datenfluss Verwendungen und Operationen

6.10. Anwendungsbeispiele. Twitter, Facebook, Uber

- 6.10.1. Twitter: die Verwendung von Caches
- 6.10.2. Facebook: nichtrelationale Modelle
- 6.10.3. Uber: verschiedene Modelle für verschiedene Zwecke

Modul 7. Systemverwaltung für verteilte Einsätze

7.1. Klassische Verwaltung. Das monolithische Modell

- 7.1.1. Klassische Anwendungen. Monolithisches Modell
- 7.1.2. Systemanforderungen für monolithische Anwendungen
- 7.1.3. Die Verwaltung von monolithischen Systemen
- 7.1.4. Automatisierung

7.2. Verteilte Anwendungen. *Microservices*

- 7.2.1. Paradigma der verteilten Datenverarbeitung
- 7.2.2. *Microservice*-basierte Modelle
- 7.2.3. Systemanforderungen für verteilte Modelle
- 7.2.4. Monolithische vs. verteilte Anwendungen

7.3. Tools zur Ressourcenausbeutung

- 7.3.1. Verwaltung von „Eisen“
- 7.3.2. Virtualisierung
- 7.3.3. Emulation
- 7.3.4. Paravirtualisierung

7.4. IaaS, PaaS und SaaS-Modelle

- 7.4.1. IaaS-Modell
- 7.4.2. PaaS-Modell
- 7.4.3. SaaS-Modell
- 7.4.4. Entwurfsmuster

7.5. Containerisierung

- 7.5.1. Virtualisierung mit cgroups
- 7.5.2. Containers
- 7.5.3. Von der Anwendung zum Container
- 7.5.4. Container-Orchestrierung

7.6. Clustering

- 7.6.1. Hohe Leistung und hohe Verfügbarkeit
- 7.6.2. Modelle für hohe Verfügbarkeit
- 7.6.3. Cluster als SaaS-Plattform
- 7.6.4. Cluster-Sicherung

7.7. *Cloud Computing*

- 7.7.1. Cluster vs. Clouds
- 7.7.2. Arten von Clouds
- 7.7.3. *Cloud-Service*-Modelle
- 7.7.4. Überzeichnung

7.8. Überwachung und Prüfung

- 7.8.1. Arten der Überwachung
- 7.8.2. Visualisierung
- 7.8.3. Prüfung der Infrastruktur
- 7.8.4. *Chaos Engineering*

7.9. Fallstudie: Kubernetes

- 7.9.1. Struktur
- 7.9.2. Verwaltung
- 7.9.3. Bereitstellung von Dienstleistungen
- 7.9.4. Entwicklung von Diensten für K8S

7.10. Fallstudie: OpenStack

- 7.10.1. Struktur
- 7.10.2. Verwaltung
- 7.10.3. Einsätze
- 7.10.4. Entwicklung von Diensten für OpenStack

Modul 8. *Internet of Things*

8.1. *Internet of Things (IoT)*

- 8.1.1. Internet der Zukunft
- 8.1.2. *Internet of Things* und *Industrial Internet of Things*
- 8.1.3. Industrielles Internet-Konsortium

8.2. Referenzarchitektur

- 8.2.1. Die Referenzarchitektur
- 8.2.2. Schichten und Komponenten

8.3. IoT-Geräte

- 8.3.1. Klassifizierung
- 8.3.2. Komponenten
- 8.3.3. Sensoren und Aktuatoren

8.4. Kommunikationsprotokolle

- 8.4.1. Klassifizierung
- 8.4.2. OSI-Modell
- 8.4.3. Technologien

8.5. IoT- und IIoT-Plattformen

- 8.5.1. Die IoT-Plattform
- 8.5.2. Allzweck-Cloud-Plattformen
- 8.5.3. Industrielle Plattformen
- 8.5.4. Open-Source-Plattformen

8.6. Datenmanagement in IoT-Plattformen

- 8.6.1. Verwaltungsmechanismen
- 8.6.2. Offene Daten
- 8.6.3. Datenaustausch
- 8.6.4. Datenvisualisierung

8.7. IoT-Sicherheit

- 8.7.1. Sicherheitsanforderungen
- 8.7.2. Sicherheitsbereiche
- 8.7.3. Sicherheitsstrategien
- 8.7.4. IIoT-Sicherheit

8.8. Anwendungsbereiche von IoT-Systemen

- 8.8.1. Intelligente Städte
- 8.8.2. Gesundheit und Fitness
- 8.8.3. Intelligentes Zuhause
- 8.8.4. Andere Anwendungen

8.9. Anwendung des IIoT in verschiedenen Industriesektoren

- 8.9.1. Herstellung
- 8.9.2. Transport
- 8.9.3. Energie
- 8.9.4. Landwirtschaft und Viehzucht
- 8.9.5. Andere Sektoren

8.10. Integration des IIoT in das Industrie 4.0-Modell

- 8.10.1. IoRT (*Internet of Robotics Things*)
- 8.10.2. 3D-Additive-Fertigung
- 8.10.3. *Big Data Analytics*

Modul 9. Projektmanagement und *Agile* Methoden

9.1. Projektleitung und -management

- 9.1.1. Das Projekt
- 9.1.2. Phasen eines Projekts
- 9.1.3. Projektleitung und -management

9.2. PMI-Projektmanagement-Methodik

- 9.2.1. PMI (*Project Management Institute*)
- 9.2.2. PMBOK
- 9.2.3. Unterschied zwischen Projekt, Programm und Projektportfolio
- 9.2.4. Entwicklung der Organisationen, die mit Projekten arbeiten
- 9.2.5. Prozesswerte in Organisationen

9.3. PMI-Projektmanagement-Methodik: Prozess

- 9.3.1. Prozessgruppen
- 9.3.2. Wissensgebiete
- 9.3.3. Prozess-Matrix

9.4. Agile Methoden für das Projektmanagement

- 9.4.1. VUCA Kontext (Volatilität, Ungewissheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit)
- 9.4.2. *Agile* Werte
- 9.4.3. Grundsätze des *Agilen* Manifests

9.5. Framework *Agile SCRUM* für das Projektmanagement

- 9.5.1. SCRUM
- 9.5.2. Die Säulen der SCRUM-Methodik
- 9.5.3. Werte in SCRUM

9.6. Framework *Agile SCRUM* für das Projektmanagement. Prozess

- 9.6.1. Der SCRUM-Prozess
- 9.6.2. Typisierte Rollen in einem SCRUM-Prozess
- 9.6.3. Zeremonien in SCRUM

9.7. Framework *Agile SCRUM* für das Projektmanagement. Artefakte

- 9.7.1. Artefakte in einem SCRUM-Prozess
- 9.7.2. Das SCRUM-Team
- 9.7.3. Metriken zur Bewertung der Leistung von SCRUM-Teams

9.8. Framework *Agile KANBAN* für das Projektmanagement. Kanban-Methode

- 9.8.1. Kanban
- 9.8.2. Vorteile von Kanban
- 9.8.3. Kanban-Methode. Elemente

9.9. Framework *Agile KANBAN* für das Projektmanagement. Praktiken der Kanban-Methode

- 9.9.1. Kanban-Werte
- 9.9.2. Grundsätze der Kanban-Methode
- 9.9.3. Allgemeine Praktiken der Kanban-Methode
- 9.9.4. Metriken für die Kanban-Leistungsbewertung

9.10. Vergleich: PMI, SCRUM und KANBAN

- 9.10.1. PMI – SCRUM
- 9.10.2. PMI – KANBAN
- 9.10.3. SCRUM - KANBAN

Modul 10. Kommunikation, Führung und Teammanagement

10.1. Organisatorische Entwicklung im Unternehmen

- 10.1.1. Klima, Kultur und organisatorische Entwicklung im Unternehmen
- 10.1.2. Management des Humankapitals

10.2. Führungsmodelle. Entscheidungsfindung

- 10.2.1. Paradigmenwechsel bei den Management-Modellen
- 10.2.2. Managementprozess des Technologieunternehmens
- 10.2.3. Entscheidungsfindung. Planungsinstrumente

10.3. Führung. Delegation und *Empowerment*

- 10.3.1. Führung
- 10.3.2. Delegation und *Empowerment*
- 10.3.3. Leistungsbeurteilung

10.4. Führung. Talent- und Engagement-Management

- 10.4.1. Talentmanagement im Unternehmen
- 10.4.2. Engagement-Management im Unternehmen
- 10.4.3. Verbesserung der Kommunikation im Unternehmen

10.5. Angewandtes Coaching im Unternehmen

- 10.5.1. Management-Coaching
- 10.5.2. Team-Coaching

10.6. Angewandtes Mentoring im Unternehmen

- 10.6.1. Profil des Mentors
- 10.6.2. Die 4 Prozesse eines *Mentoring*-Programms
- 10.6.3. Tools und Techniken in einem *Mentoring*-Prozess
- 10.6.4. Vorteile von *Mentoring* im Unternehmensumfeld

10.7. Teammanagement I. Zwischenmenschliche Beziehungen

- 10.7.1. Zwischenmenschliche Beziehungen
- 10.7.2. Beziehungsstile: Ansätze
- 10.7.3. Effiziente Meetings und Vereinbarungen in schwierigen Situationen

10.8. Teammanagement II. Die Konflikte

- 10.8.1. Die Konflikte
- 10.8.2. Konfliktvermeidung, -bewältigung und -beilegung
 - 10.8.2.1. Strategien zur Konfliktvermeidung
 - 10.8.2.2. Management von Konflikten. Grundlegende Prinzipien
- 10.8.3. Strategien zur Konfliktlösung
- 10.8.4. Stress und Arbeitsmotivation

10.9. Teammanagement III. Die Verhandlung

- 10.9.1. Verhandlung auf Managementebene in Technologieunternehmen
- 10.9.2. Verhandlungsstile
- 10.9.3. Phasen der Verhandlung
 - 10.9.3.1. Bei Verhandlungen zu überwindende Hindernisse

10.10. Teammanagement IV. Verhandlungstechniken

- 10.10.1. Verhandlungstechniken und -strategien
 - 10.10.1.1. Strategien und Hauptarten der Verhandlung
 - 10.10.1.2. Verhandlungstaktik und praktische Fragen
- 10.10.2. Die Figur des Verhandlungsführers

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. Cross Cultural Management

- 11.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.2.3. Diversitätsmanagement

11.3. Wirtschaftsethik

- 11.3.1. Ethik und Moral
- 11.3.2. Wirtschaftsethik
- 11.3.3. Führung und Ethik in Unternehmen

11.4. Nachhaltigkeit

- 11.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Nachhaltige Unternehmen

11.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 11.5.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.5.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.5.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

11.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 11.6.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.6.4. CSR-Instrumente und -Standards

11.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 11.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale in der Menschenrechtsgesetzgebung

11.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*

- 11.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.8.3. 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 HR-Management

- 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, Schulung 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. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

- 15.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

15.3. Operations Management

- 15.3.1. Bedeutung des Managements
- 15.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 15.3.3. Qualitätsmanagement

15.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 15.4.3. Kommunikationsbarrieren

15.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel

- 15.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 15.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 15.5.4. Werkzeuge in der Organisation

15.6. Krisenkommunikation

- 15.6.1. Krise
- 15.6.2. Phasen der Krise
- 15.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

15.7. Einen Krisenplan vorbereiten

- 15.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 15.7.2. Planung
- 15.7.3. Angemessenheit des Personals

15.8. Emotionale Intelligenz

- 15.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 15.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 15.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

15.9. Personal Branding

- 15.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.9.2. Regeln des Personal Branding
- 15.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

15.10. Führungsrolle und Teammanagement

- 15.10.1. Leadership und Führungsstile
- 15.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 15.10.3. Management von Veränderungsprozessen
- 15.10.4. Leitung multikultureller Teams



Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Programm, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen"

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.



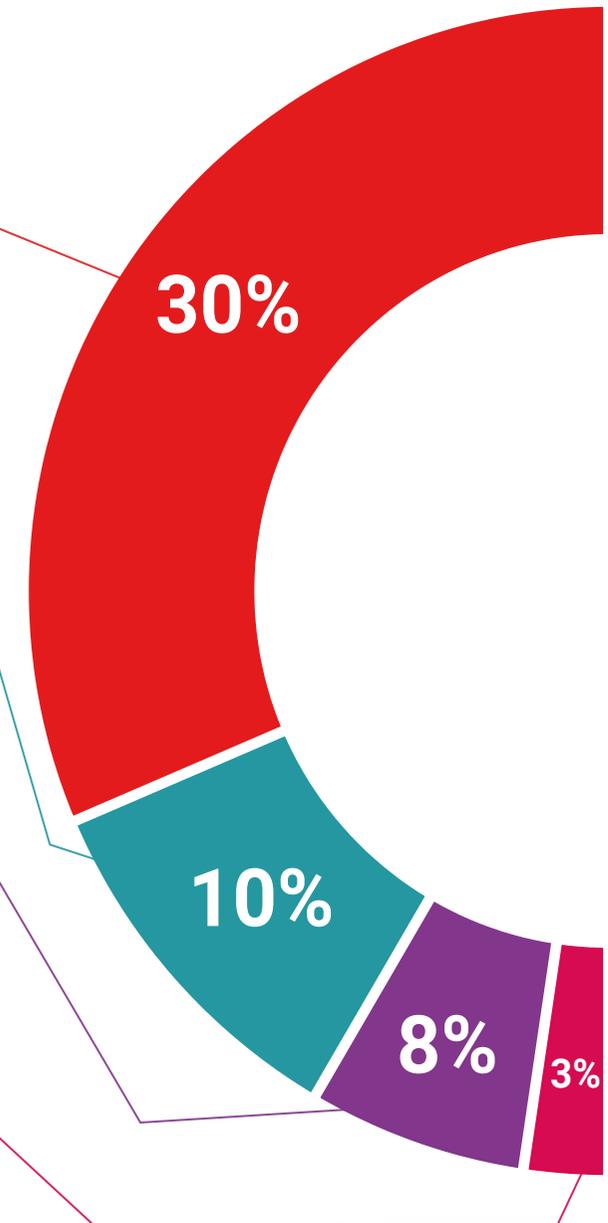
Übungen zu Managementfähigkeiten

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

Der MBA richtet sich an Fachleute, die ihre Kenntnisse über fortgeschrittene und moderne Informationstechnologien aktualisieren möchten, mit dem Ziel, ihre Kompetenzen zu erweitern.

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

Der MBA steht auch Fachleuten offen, die einen Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich haben und über zwei Jahre Berufserfahrung im Bereich der technischen Leitung von Data Science im Unternehmen verfügen.





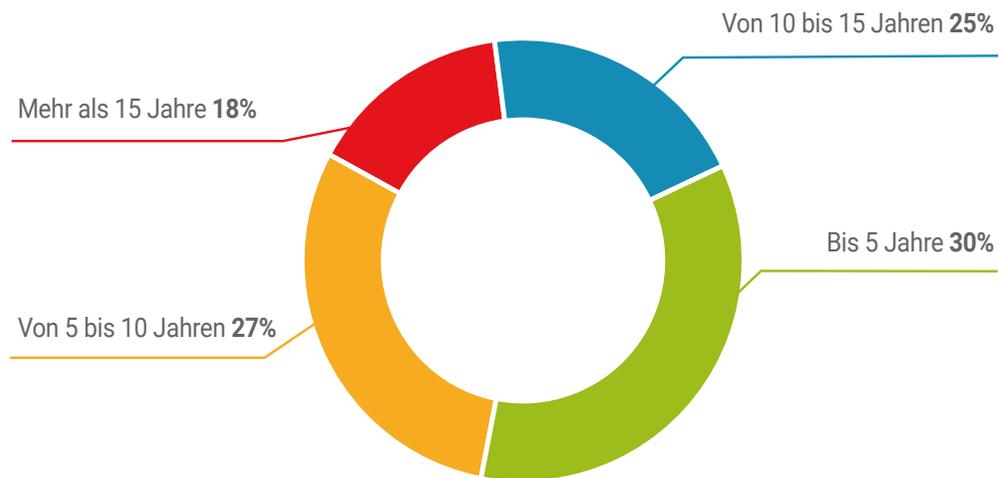
“

Unsere Studenten wählen uns auf der Suche nach beruflicher Weiterentwicklung, und die meisten von ihnen finden sie auch”

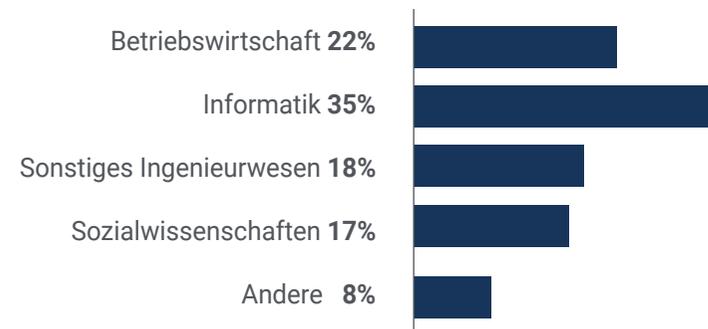
Durchschnittliches Alter

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

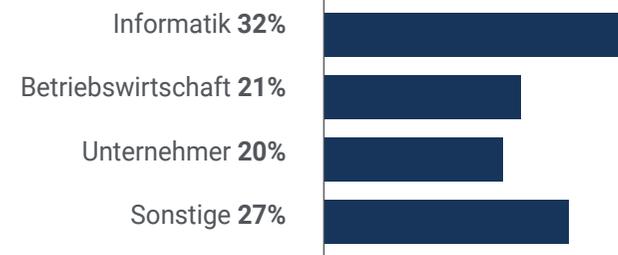
Jahre der Erfahrung



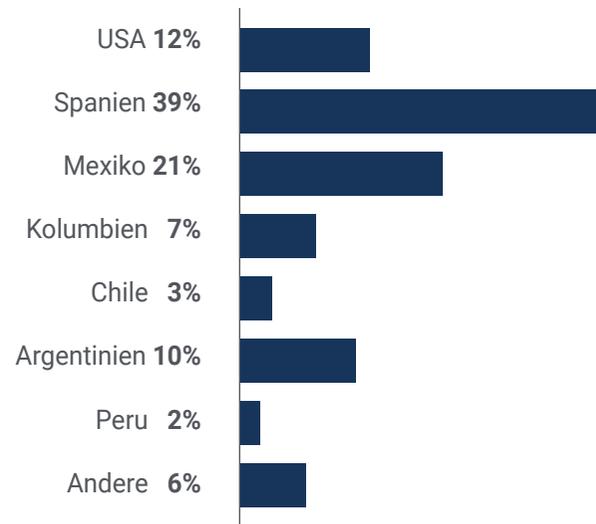
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Marta Rodríguez Hernández

Technikerin für Dateneingabe

"Ich habe mich schon immer für die Welt der IT und das Datenmanagement in einem Unternehmen interessiert. Mit diesem anspruchsvollen Programm habe ich die neuesten Entwicklungen in der Branche in meine tägliche berufliche Praxis integriert. Ich möchte den Dozenten für ihre Fähigkeit danken, das Wissen auf einfache, präzise und geordnete Weise zu vermitteln und weiterzugeben. Zweifellos handelt es sich um eine Investition mit großem Nutzen in kurzer Zeit"

09

Kursleitung

In ihrem Bestreben, eine Elitefortbildung für alle anzubieten, setzt TECH auf renommierte Fachleute, damit der Student ein solides Wissen im Bereich Technische Leitung von Data Science im Unternehmen erwirbt. Dieser MBA verfügt über ein hochqualifiziertes Team mit umfassender Erfahrung in diesem Sektor, das dem Studenten die besten Werkzeuge für die Entwicklung seiner Fähigkeiten während des Studiengangs bietet. Auf diese Weise hat er die Garantie, sich auf internationalem Niveau in einem boomenden Sektor zu spezialisieren, was ihn zum beruflichen Erfolg führen wird.



“

Erwerben Sie mit den Besten das Wissen und die Fähigkeiten die Sie brauchen, um eine Karriere im fortschrittlichen IT-Sektor einzuschlagen"

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 Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

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



Hr. Gram, Mick

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO und CTO bei Prometheus 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 fortgeschrittenen Informationstechnologien von 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, Bachelor- und Masterstudiengänge in Computertechnik
- ♦ Professor für den Masterstudiengang in Big Data und Datenwissenschaft 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. Montoro Montarroso, Andrés

- ♦ Forscher in der SMILe-Gruppe an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Datenwissenschaftler bei Prometheus Global Solutions
- ♦ Hochschulabschluss in Computertechnik an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Masterstudiengang in Datenwissenschaft und Computertechnik an der Universität von Granada. (2021)
- ♦ Gastprofessor für das Fach Wissensbasierte Systeme an der Hochschule für Informatik in Ciudad Real, der die Vorlesung hält: „Fortgeschrittene Techniken der künstlichen Intelligenz: Suche und Analyse potenzieller Radikaler in den sozialen Medien" (2021)
- ♦ Gastprofessor für das Fach Data Mining an der Hochschule für Informatik in Ciudad Real, der die Vorlesung hält: „Anwendungen der Verarbeitung natürlicher Sprache: Fuzzy Logic zur Analyse von Nachrichten in sozialen Netzwerken"
- ♦ Referent auf dem Seminar über Korruptionsprävention in öffentlichen Verwaltungen und künstliche Intelligenz. Fakultät für Rechts- und Sozialwissenschaften von Toledo. Konferenz mit dem Titel „Techniken der künstlichen Intelligenz". Referent auf dem ersten internationalen Seminar über Verwaltungsrecht und künstliche Intelligenz (DAIA). Organisiert von dem Europäischen Studienzentrum Luis Ortega Álvarez und dem Forschungsinstitut TransJus. Konferenz mit dem Titel „Analyse von Gefühlen zur Verhinderung von Hassreden in sozialen Medien"

Fr. Palomino Dávila, Cristina

- ♦ Beraterin und Senior GRC-Auditorin bei Oesía Networks
- ♦ Subdirektion Audit - Generalsekretariat in der Logistischen Gesellschaft für Kohlenwasserstoffe (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)

Hr. Peris Morillo, Luis Javier

- ♦ Technical Lead bei Capítolo Consulting. Er leitet ein Team bei Inditex in der Logistikeinheit seiner offenen Plattform
- ♦ Senior Technical Lead und Delivery Lead Support bei HCL
- ♦ Agile Coach und COO bei Mirai Advisory
- ♦ Mitglied des Leitungsausschusses als Chief Operating Officer
- ♦ Entwickler, Team Lead, SCRUM Masterstudiengang, Agile Coach, Produkt Manager bei DocPath
- ♦ Höhere Ingenieurausbildung in Informatik an der ESI von Ciudad Real (UCLM)
- ♦ Nachdiplomstudium in Projektmanagement von CEOE (Spanischer Verband der Unternehmensorganisationen)
- ♦ 50+ MOOCs, die von renommierten Universitäten wie der Stanford University, der Michigan University, der Yonsei University, der Polytechnischen Universität von Madrid etc. angeboten werden
- ♦ Verschiedene Zertifizierungen, einige der bemerkenswertesten oder neuesten sind Azure Fundamentals

Fr. García La O, Marta

- ♦ Spezialistin für digitales Marketing und Social Media
- ♦ Verwaltung, Administration und Account Management bei Think Planung und Entwicklung
- ♦ Organisation, Überwachung und Betreuung von Schulungskursen für Führungskräfte in Think Planung und Entwicklung
- ♦ Buchhalterin/Verwaltungsangestellte bei Tabacos Santiago und Zeraiche-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

Hr. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ Projektmanagement. INDRA SISTEMAS S.A.
- ♦ Technischer Direktor. INDRA SISTEMAS S.A.
- ♦ Systemingenieur. ENA TRÁFICO S.A.U
- ♦ IFCD048PO: Management und Entwicklung von Softwareprojekten mit SCRUM
- ♦ Coursera: Machine Learning
- ♦ UdeMy: Deep Learning A-Z. Hands-on Artificial Neural Networks
- ♦ Coursera: IBM: Fundamentals of Scalable Data Science
- ♦ Coursera: IBM: Applied AI with Deep Learning
- ♦ Coursera: IBM: Advance Machine Learning and Signal Processing
- ♦ Ingenieur für industrielle Elektronik und Automatisierungstechnik an der Europäischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Wirtschaftsingenieurwesen an der Europäischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Industrie 4.0 von der Internationalen Universität von La Rioja (UNIR)
- ♦ Berufliche Zertifizierung. SSCE0110: Lehrtätigkeit in der beruflichen Bildung für die Erwerbstätigkeit

Hr. Díaz Díaz-Chirón, Tobías

- ♦ Forscher im ArCO-Labor der Universität von Castilla La Mancha, einer Gruppe, die sich mit Projekten im Zusammenhang mit Computerarchitekturen und -netzen befasst
- ♦ Berater bei Blue Telecom, einem Unternehmen, das sich auf den Telekommunikationssektor spezialisiert hat
- ♦ Freiberufler, der sich hauptsächlich mit dem Telekommunikationssektor beschäftigt und sich auf 4G/5G-Netze spezialisiert hat
- ♦ OpenStack: deploy and administration
- ♦ Hochschulabschluss in Informatik an der Universität von Castilla La Mancha mit den Schwerpunkten Computerarchitektur und Netzwerke
- ♦ Außerordentlicher Professor an der Universität von Castilla La Mancha in den Bereichen verteilte Systeme, Computernetzwerke und gleichzeitige Programmierung
- ♦ Referent beim Sepecam-Kurs über Netzwerkverwaltung

Fr. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Technikerin für elektronische Sicherheitsprodukte bei Securitas Seguridad Spanien
- ♦ Business Intelligence Analyst bei Ricopia Technologies (Alcalá de Henares)
Hochschulabschluss in elektronischer Kommunikationstechnik an der Polytechnischen Hochschule, Universität von Alcalá
- ♦ Verantwortlich für die Schulung neuer Mitarbeiter in Vertriebsmanagement-Software (CRM, ERP, INTRANET), Produkte und Verfahren bei Ricopia Technologies (Alcalá de Henares)
- ♦ Verantwortlich für die Schulung neuer Stipendiaten, die in die Computer-Klassenzimmer integriert werden an der Universität von Alcalá
- ♦ Projektmanagerin im Bereich Großkundenintegration bei Correos y Telégrafos (Madrid)
- ♦ Computertechnikerin - Verantwortlich für die Computer-Klassenzimmer OTEC, Universität von Alcalá (Alcalá de Henares)
- ♦ Dozentin für Computerkurse bei der Vereinigung ASALUMA (Alcalá de Henares)
- ♦ Stipendium für die Ausbildung zum Computertechniker in OTEC, Universität von Alcalá (Alcalá de Henares)

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
- ♦ Spezialistin für digitales Marketing und Social Media
- ♦ Verkaufsleiter für IT-Dienstleistungen
- ♦ Computertechniker für Hardware/Software



Fr. Fernández Meléndez, Galina

- ◆ Datenanalystin, Aresi | Hausverwaltung - Madrid-Spanien
- ◆ Datenanalystin, ADN Mobile Solution-Gijón-Spanien
- ◆ ETL-Prozesse, Data Mining, Datenanalyse und -visualisierung, Erstellung von KPIs, Entwurf und Implementierung von Dashboards, Managementkontrolle, R-Entwicklung, SQL-Verwaltung und andere. Musterbestimmung, prädiktive Modellierung, maschinelles Lernen
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre, Universität Bicentenario, Aragua-Caracas
- ◆ Universitätskurs in Planung und öffentlichen Finanzen, Venezolanische Schule für Planung - Schule für Finanzen
- ◆ Masterstudiengang in Datenanalyse und Business Intelligence, Universität von Oviedo
- ◆ MBA in Betriebswirtschaft und Management (Europäische Wirtschaftshochschule Barcelona)
- ◆ Masterstudiengang in Big Data und Business Intelligence, Europäische Wirtschaftshochschule von Barcelona

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das ultimative Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Hier werden Sie großartige Möglichkeiten finden, um dies zu erreichen. Dafür haben wir die perfekte Gleichung für eine hochwertige Spezialisierung: einen hochaktuellen Lehrplan und international renommierte Dozenten. Zweifellos eine einzigartige Gelegenheit, die Ihnen helfen wird, Ihre Karriere in kurzer Zeit voranzutreiben.



“

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

Der beste Weg, sich beruflich zu verändern, ist die Erweiterung der eigenen Fähigkeiten. Lassen Sie sich also das Studium bei TECH nicht entgehen.

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

Mit diesem Programm wird der Student in der Lage sein, drastische Fortschritte in seinem Beruf zu machen, obwohl es keinen Zweifel daran gibt, dass er dafür in verschiedene Bereiche investieren muss, wie z. B. in finanzielle, berufliche und persönliche.

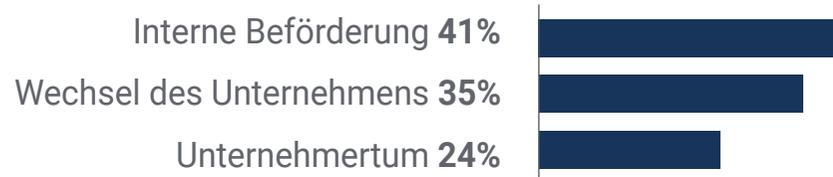
Das Ziel ist jedoch, sich im Berufsleben zu verbessern, und dafür ist es notwendig, zu kämpfen.

Dank dieses Programms werden Sie eine große Anzahl von Stellenangeboten erhalten, mit denen Sie Ihre berufliche Entwicklung beginnen können.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Ausbildung von hochrangigen Führungskräften auf ihr volles Potenzial zu bringen.

Die Teilnahme an diesem MBA ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, in dem zukünftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten gefunden werden können.





“

Alle Themen und Wissensgebiete wurden in einem vollständigen und absolut aktuellen Lehrplan zusammengestellt, um den Studenten auf das höchste theoretische und praktische Niveau zu bringen"

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 Technische Leitung von Data Science im Unternehmen garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

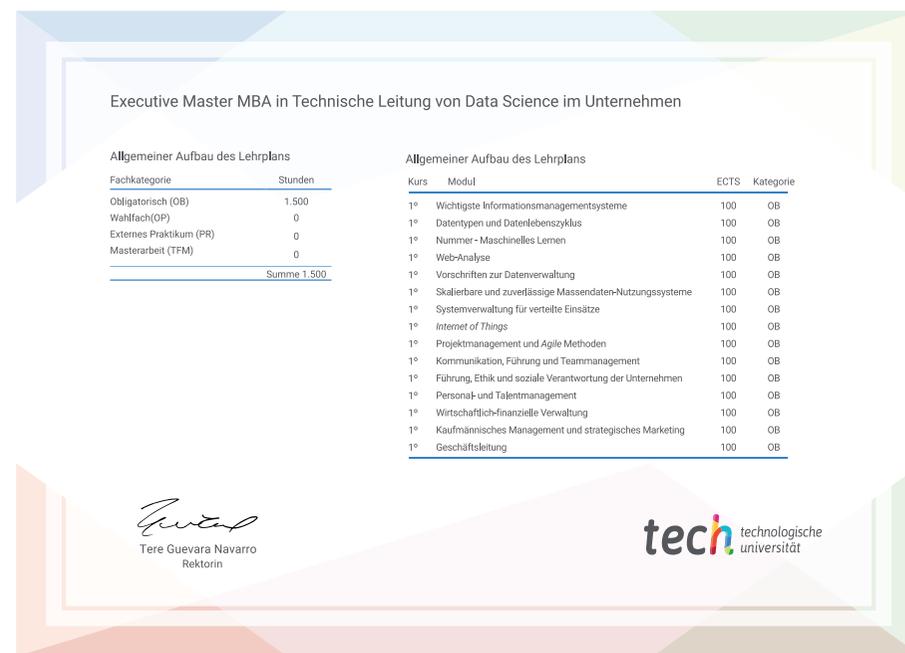
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Executive Master MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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



Executive Master

MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen

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

Executive Master

MBA in Technische Leitung von
Data Science im Unternehmen

