

# Weiterbildender Masterstudiengang Senior Einkaufsmanagement

W M S E



## Weiterbildender Masterstudiengang Senior Einkaufsmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-senior-einkaufsmanagement](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-senior-einkaufsmanagement)

# 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 22

06

Struktur und Inhalt

---

Seite 28

07

Methodik

---

Seite 42

08

Profil unserer Studenten

---

Seite 50

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 54

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 58

11

Qualifizierung

---

Seite 62

# 01 Willkommen

Die Beschaffung im Unternehmen ist ein grundlegender Bereich, denn die richtige Verwaltung der Einkäufe ermöglicht es dem Unternehmen, wettbewerbsfähiger zu sein und höhere Gewinne zu erzielen. Die Spezialisierung der Verantwortlichen für diesen Bereich ist daher von großer Bedeutung. Mit diesem weiterbildenden Masterstudiengang erweitern Sie Ihr Wissen über die am besten geeigneten Strategien für Verhandlungen mit Lieferanten und das Einkaufsmanagement, was Ihnen ein realistischeres und effektiveres Management ermöglicht.



Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement.  
TECH Technologische Universität



“

*Spezialisieren Sie sich auf das Einkaufsmanagement und erwerben Sie die notwendige Fortbildung, um Ihre tägliche Arbeit zu verbessern und einen maximalen Nutzen für Ihr Unternehmen zu erzielen"*

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

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, Management- und Führungsfähigkeiten zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung von wesentlicher Bedeutung sein werden. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

*Lernen Sie, wie Sie die Beschaffung Ihres Unternehmens strategisch verwalten und Ihre Karriere ankurbeln können“*

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.

Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement** wird Sie zu Folgendem befähigen:

01

Definition der neusten Trends in der Unternehmensführung unter Berücksichtigung des globalisierten Umfeldes, das die Kriterien des Topmanagements bestimmt

04

Entwicklung von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld

02

Entwicklung der wichtigsten Führungsqualitäten, die für Berufstätige wichtig sind

03

Beachten der Nachhaltigkeitskriterien, die durch internationale Standards festgelegt sind, bei der Ausarbeitung eines Geschäftsplans

05

Erstellung von Unternehmensstrategien, die das Vorgehen für das Unternehmen vorgeben, um wettbewerbsfähiger zu sein und die eigenen Ziele zu erreichen





06

Entwicklung der wesentlichen Kompetenzen für das strategische Management der Unternehmenstätigkeit

08

Verstehen, wie die Humanressourcen des Unternehmens am besten verwaltet werden können, um eine bessere Leistung derselben zugunsten der Unternehmensgewinne zu erreichen

09

Aneignung der Kommunikationsfähigkeiten, die eine Führungskraft benötigt, um sich Gehör zu verschaffen und von den Mitgliedern ihrer Gemeinschaft verstanden zu werden

07

Entwicklung innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz

10

Verständnis des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem das Unternehmen tätig ist, und Entwicklung geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen



11

In der Lage sein, den Wirtschafts- und Finanzplan des Unternehmens zu verwalten

14

Durchführung einer Marketingstrategie, die es ermöglicht, unser Produkt bei unseren potenziellen Kunden bekannt zu machen und ein angemessenes Image unseres Unternehmens zu erzeugen

12

Verstehen der logistischen Abläufe, die im Unternehmensumfeld notwendig sind, um ein entsprechendes Management zu entwickeln



13

In der Lage sein, die Informations- und Kommunikationstechnologien in den verschiedenen Bereichen des Unternehmens anzuwenden

15

In der Lage sein, alle Phasen einer Geschäftsidee zu entwickeln: Entwurf, Realisierungsplan, Ausführung, Follow-up usw.

16

Entwicklung innovativer Strategien im Einklang mit unseren Projekten

18

Definieren der Richtlinien, Praktiken und Mechanismen, die das Einkaufsmanagement und die Beziehungen zwischen Kunden und Lieferanten bestimmen

19

Verwenden der am besten geeigneten Einkaufsinstrumente für die Auswahl und Bewertung der besten Lieferanten

17

Definieren der Beschaffungsstrategie im Rahmen der integrierten Logistik

20

Strukturierung der Anforderungen im Bereich der Beschaffung



21

Umsetzung eines Plans zur Produktivitätssteigerung und Kostensenkung

22

Bewerten und messen der Ergebnisse durch die Festlegung von Schlüsselindikatoren

23

Entwickeln von Verhandlungsstrategien, die stabile und positive Beziehungen zu Lieferanten schaffen





24

Ausarbeitung des strategischen Plans der Einkaufsabteilung

25

Definieren der finanziellen Auswirkungen des Einkaufsmanagements auf die Rentabilität des Unternehmens

26

Erwerben von Führungskompetenzen, die es ermöglichen, die eigene berufliche Tätigkeit fließender zu verrichten

05

# Kompetenzen

Nach Bestehen der Bewertungen des Weiterbildenden Masterstudiengangs in Senior Einkaufsmanagement wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine qualitativ hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten didaktischen Methodik erworben haben.



“

*Entwickeln Sie die notwendigen Fähigkeiten,  
die für Ihre Karriere nützlich sein werden“*

01

Durchführung eines globalen Managements des Unternehmens unter Anwendung von Führungstechniken, die die Leistung der Mitarbeiter so beeinflussen, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden

02

Teil der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie des Unternehmens sein und diese leiten

03

Lösen von Konflikten und Problemen zwischen Arbeitnehmern

04

Durchführung eines korrekten Teammanagements, um die Produktivität und damit den Gewinn des Unternehmens zu verbessern

05

In der Lage sein, den Wirtschafts- und Finanzplan des Unternehmens zu verwalten





06

Steuerung der logistischen Prozesse des Unternehmens sowie des Einkaufs und der Beschaffung

08

Anwendung der am besten geeigneten Strategien für den elektronischen Handel mit den Produkten des Unternehmens



09

Ausarbeitung und Leitung von Marketingplänen

07

Eingehende Untersuchung der neuen Geschäftsmodelle für Informationssysteme

10

Ausrichtung auf Innovation in allen Prozessen und Bereichen des Unternehmens

11

Leitung der verschiedenen Projekte des Unternehmens

14

Durchführung einer Marktanalyse, um die Situation des Unternehmens und seiner Konkurrenten zu verstehen

12

Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens unter Vermeidung von Umweltbelastungen

15

Verbesserung der Einkaufs- und Beschaffungsverfahren

13

Durchführung einer Finanzdiagnose des Unternehmens

16

Verstehen die Bedeutung von Audits im Einkaufs- und Beschaffungsverfahren des Unternehmens

17

Verstehen des Unternehmens und des Logistikverfahrens aus einer internationalen strategischen Sicht

20

Suche und Auswahl der am besten geeigneten Lieferanten für das Unternehmen

18

Erwerben von Kenntnissen des unternehmensbezogenen Handels-, Arbeits- und Steuerrechts

21

Planung einer internationalen Logistik, die die Gewinne des Unternehmens verbessert

19

Durchführung und Management der *performance* und des Audits von Einkäufen

22

Anwendung der höchsten Qualitätsstandards in allen Verfahren und Projekten

# 06

## Struktur und Inhalt

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement ist ein maßgeschneidertes Programm, das in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass Sie die Zeit und den Ort wählen können, die am besten zu Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen passen. Ein 24-monatiges Programm mit dem Ziel, eine einzigartige und anregende Erfahrung zu machen, die den Grundstein für Ihren Erfolg als Manager und Unternehmer legt.



“

*Wir bieten Ihnen einen kompletten Lehrplan, um  
Ihre Kenntnisse im Bereich Einkaufsmanagement  
zu erweitern"*

## Lehrplan

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf nationaler und internationaler Ebene zu treffen. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

Im Laufe von 3.000 Unterrichtsstunden werden Sie in Einzel- und Gruppenarbeit eine Vielzahl von Fallstudien analysieren. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement befasst sich eingehend mit den wichtigsten Bereichen des Unternehmens und ist darauf ausgerichtet, Führungskräften das Einkaufsmanagement aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu vermitteln.

Ein auf Sie zugeschnittener Plan, der auf Ihre berufliche Weiterentwicklung ausgerichtet ist und Sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich Management und Unternehmensführung zu erbringen. Ein Programm, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der Ihnen die Kompetenzen vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 24 Monaten und ist in 18 Module unterteilt:

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Modul 1</b>  | Führung, Ethik und CSR   |
| <b>Modul 2</b>  | Strategisches <i>Management</i> und Unternehmensführung            |
| <b>Modul 3</b>  | Personal- und Talentmanagement                                     |
| <b>Modul 4</b>  | Wirtschafts- und Finanzmanagement                                  |
| <b>Modul 5</b>  | Operations- und Logistikmanagement                                 |
| <b>Modul 6</b>  | Verwaltung von Informationssystemen                                |
| <b>Modul 7</b>  | Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation |
| <b>Modul 8</b>  | Innovation und Projektleitung                                      |
| <b>Modul 9</b>  | <i>Management</i> und Führung                                      |
| <b>Modul 10</b> | Logistik und wirtschaftliches Management                           |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Modul 11</b> | Marktforschung                                 |
| <b>Modul 12</b> | Projekt- und Qualitätsmanagement für Einkäufer |
| <b>Modul 13</b> | Einkaufs- und Beschaffungsfunktion             |
| <b>Modul 14</b> | Strategisches Einkaufsmanagement               |
| <b>Modul 15</b> | <i>Supplier relationship management</i>        |
| <b>Modul 16</b> | Sozial-ökologische Auswirkungen                |
| <b>Modul 17</b> | <i>Global sourcing</i>                         |
| <b>Modul 18</b> | Performance und Audit                          |

### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen in Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement vollständig online zu absolvieren. Während der 2-jährigen Spezialisierung kann der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

**Modul 1. Führung, Ethik und CSR**

**1.1. Globalisierung und Führung**

- 1.1.1. Globalisierung und Trends: Internationalisierung der Märkte
- 1.1.2. Wirtschaftliches Umfeld und Unternehmensführung
- 1.1.3. Accountability oder Rechenschaftspflicht

**1.2. Führungsrolle**

- 1.2.1. Interkulturelles Umfeld
- 1.2.2. Führung und Unternehmensmanagement
- 1.2.2. Aufgaben und Zuständigkeiten von Führungskräften

**1.3. Wirtschaftsethik**

- 1.3.1. Ethik und Integrität
- 1.3.2. Ethisches Verhalten in der Wirtschaft
- 1.3.3. Deontologie, Ethik- und Verhaltenskodizes
- 1.3.4. Prävention von Betrug und Korruption

**1.4. Nachhaltigkeit**

- 1.4.1. Unternehmen und nachhaltige Entwicklung
- 1.4.2. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen
- 1.4.3. Agenda 2030 und SDGs

**1.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens**

- 1.5.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 1.5.2. Rollen und Verantwortlichkeiten
- 1.5.3. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

**Modul 2. Strategisches Management und Unternehmensführung**

**2.1. Organisatorische Analyse und Gestaltung**

- 2.1.1. Organisatorische Kultur
- 2.1.2. Organisatorische Analyse
- 2.1.3. Gestaltung der Organisationsstruktur

**2.2. Unternehmensstrategie**

- 2.2.1. Strategie auf Unternehmensebene
- 2.2.2. Typologien von Strategien auf Unternehmensebene
- 2.2.3. Festlegung der Unternehmensstrategie
- 2.2.4. Unternehmensstrategie und Ansehen

**2.3. Strategische Planung und Formulierung**

- 2.3.1. Strategisches Denken
- 2.3.2. Strategische Planung und Formulierung
- 2.3.3. Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie

**2.4. Strategische Modelle und Muster**

- 2.4.1. Wohlstand, Wert und Rentabilität von Investitionen
- 2.4.2. Unternehmensstrategie: Methoden
- 2.4.3. Wachstum und Konsolidierung der Unternehmensstrategie

**2.5. Strategisches Management**

- 2.5.1. Auftrag, Vision und strategische Werte
- 2.5.2. Balanced Scorecard/Dashboard
- 2.5.3. Analyse, Kontrolle und Bewertung der Unternehmensstrategie
- 2.5.4. Strategisches Management und *reporting*

**2.6. Strategische Umsetzung und Durchführung**

- 2.6.1. Strategische Umsetzung: Ziele, Maßnahmen und Auswirkungen
- 2.6.2. Kontrolle und strategische Ausrichtung
- 2.6.3. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

**2.7. Geschäftsleitung**

- 2.7.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
- 2.7.2. Management-Politik und -Prozesse
- 2.7.3. Wissensmanagement

**2.8. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen**

- 2.8.1. Methodik der Problemlösung
- 2.8.2. Fallmethode
- 2.8.3. Positionierung und Entscheidungsfindung



**Modul 3. Personal- und Talentmanagement**

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>3.1. Organisatorisches Verhalten</b><br>3.1.1. Organisationstheorie<br>3.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen<br>3.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement  | <b>3.2. Strategisches Management von Menschen</b><br>3.2.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl<br>3.2.2. Strategischer Personalplan: Entwurf und Umsetzung<br>3.2.3. Arbeitsplatzanalyse; Gestaltung und Auswahl von Mitarbeitern<br>3.2.4. Schulung und berufliche Entwicklung | <b>3.3. Managemententwicklung und Führung</b><br>3.3.1. Managementfähigkeiten: Kompetenzen und Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts<br>3.3.2. Nicht-managerielle Fähigkeiten<br>3.3.3. Karte der Kompetenzen und Fertigkeiten<br>3.3.4. Führung und Personalmanagement | <b>3.4. Änderungsmanagement</b><br>3.4.1. Leistungsanalyse<br>3.4.2. Strategisches Denken<br>3.4.3. Änderungsmanagement: Schlüsselfaktoren, Prozessgestaltung und -management<br>3.4.4. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung |
| <b>3.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement</b><br>3.5.1. Verhandlungsziele: differenzierende Elemente<br>3.5.2. Wirksame Verhandlungstechniken<br>3.5.3. Konflikte: Faktoren und Typologien<br>3.5.4. Effizientes Konfliktmanagement: Verhandlung und Kommunikation | <b>3.6. Kommunikation der Führungskräfte</b><br>3.6.1. Leistungsanalyse<br>3.6.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen<br>3.6.3. Management von Veränderungsprozessen<br>3.6.4. Leitung multikultureller Teams  | <b>3.7. Teammanagement und Mitarbeiterleistung</b><br>3.7.1. Multikulturelles und multidisziplinäres Umfeld<br>3.7.2. Team- und Personalmanagement<br>3.7.3. <i>Coaching</i> und menschliche Leistung<br>3.7.4. Managementsitzungen: Planung und Zeitmanagement    | <b>3.8. Wissens- und Talentmanagement</b><br>3.8.1. Identifizierung von Wissen und Talent in Organisationen<br>3.8.2. Modelle für das Wissens- und Talentmanagement in Unternehmen<br>3.8.3. Kreativität und Innovation          |

**Modul 4. Wirtschafts- und Finanzmanagement**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>4.1. Wirtschaftliches Umfeld</b><br>4.1.1. Organisationstheorie<br>4.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen<br>4.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement | <b>4.2. Buchhaltung</b><br>4.2.1. Internationaler Rechnungslegungsrahmen<br>4.2.2. Einführung in den Buchhaltungszyklus<br>4.2.3. Jahresabschlüsse von Unternehmen<br>4.2.4. Analyse von Rechnungsabschlüssen: Entscheidungsfindung | <b>4.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle</b><br>4.3.1. Haushaltsplanung<br>4.3.2. Managementkontrolle: Aufbau und Ziele<br>4.3.3. Beaufsichtigung und reporting                                   | <b>4.4. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen</b><br>4.4.1. Steuerliche Verantwortung der Gesellschaften<br>4.4.2. Steuerverfahren: ein Fall-Länder-Ansatz |
| <b>4.5. Systeme der Unternehmenskontrolle</b><br>4.5.1. Arten der Kontrolle<br>4.5.2. Einhaltung der Vorschriften/ <i>Compliance</i><br>4.5.3. Interne Prüfung<br>4.5.4. Externe Prüfung           | <b>4.6. Finanzmanagement</b><br>4.6.1. Einführung in das Finanzmanagement<br>4.6.2. Finanzmanagement und Unternehmensstrategie<br>4.6.3. Finanzdirektor oder Chief Financial Officer (CFO): Führungskompetenzen                     | <b>4.7. Finanzielle Planung</b><br>4.7.1. Geschäftsmodelle und Finanzierungsbedarf<br>4.7.2. Instrumente zur Finanzanalyse<br>4.7.3. Kurzfristige Finanzplanung<br>4.7.4. Langfristige Finanzplanung | <b>4.8. Finanzielle Unternehmensstrategie</b><br>4.8.1. Finanzielle Investitionen von Unternehmen<br>4.8.2. Strategisches Wachstum: Typologien                 |
| <b>4.9. Makroökonomischer Kontext</b><br>4.9.1. Makroökonomische Analyse<br>4.9.2. Kurzfristige Indikatoren<br>4.9.3. Wirtschaftskreislauf   | <b>4.10. Strategische Finanzierungen</b><br>4.10.1. Bankgeschäft: Aktuelles Umfeld<br>4.10.2. Risikoanalyse und -management   | <b>4.11. Geld- und Kapitalmärkte</b><br>4.11.1. Festverzinslicher Markt<br>4.11.2. Aktienmarkt<br>4.11.3. Bewertung des Unternehmens   | <b>4.12. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen</b><br>4.12.1. Methodik der Problemlösung<br>4.12.2. Fallmethode   |

## Modul 5. Operations- und Logistikmanagement

### 5.1. Verwaltung der Operationen

- 5.1.1. Definieren Sie die operative Strategie
- 5.1.2. Planung und Kontrolle der Lieferkette
- 5.1.3. Indikatorensysteme

### 5.2. Verwaltung der Einkäufe

- 5.2.1. Verwaltung der *Bestände*
- 5.2.2. Lagerverwaltung
- 5.2.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

### 5.3. Supply chain management I

- 5.3.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
- 5.3.2. Veränderte Nachfragemuster
- 5.3.3. Änderung der Betriebsstrategie

### 5.4. Supply chain management II. Umsetzung

- 5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking
- 5.4.2. Logistikmanagement
- 5.4.3. Einkauf

### 5.5. Logistische Prozesse

- 5.5.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
- 5.5.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
- 5.5.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
- 5.5.4. Service nach dem Verkauf

### 5.6. Logistik und Kunden

- 5.6.1. Bedarfsanalyse und -prognose
- 5.6.2. Absatzprognose und -planung
- 5.6.3. Kollaborative Planung, Vorhersage und Ersatz

### 5.7. Internationale Logistik

- 5.7.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 5.7.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
- 5.7.3. Internationale Logistikplattformen

### 5.8. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf

- 5.8.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
- 5.8.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
- 5.8.3. Informationssysteme im Betriebsablauf

## Modul 6. Management von Informationssystemen

### 6.1. Management von Informationssystemen

- 6.1.1. Wirtschaftsinformatik
- 6.1.2. Strategische Entscheidungen
- 6.1.3. Rolle des CIO

### 6.2. Informationstechnologie und Unternehmensstrategie

- 6.2.1. Unternehmens und Branchenanalyse
- 6.2.2. Internetbasierte Geschäftsmodelle
- 6.2.3. Der Wert der IT im Unternehmen

### 6.3. Strategische IS-Planung

- 6.3.1. Der strategische Planungsprozess
- 6.3.2. Formulierung der IS-Strategie
- 6.3.3. Plan zur Umsetzung der Strategie

### 6.4. Informationssysteme und *Business Intelligence*

- 6.4.1. CRM und Business Intelligence
- 6.4.2. Business Intelligence-Projektmanagement
- 6.4.3. Business Intelligence Architektur

### 6.5. Neue IKT-basierte Geschäftsmodelle

- 6.5.1. Technologiebasierte Geschäftsmodelle
- 6.5.2. Fähigkeiten zur Innovation
- 6.5.3. Neugestaltung der Prozesse in der Wertschöpfungskette

### 6.6. Elektronischer Geschäftsverkehr

- 6.6.1. Strategieplan für elektronischen Geschäftsverkehr
- 6.6.2. Logistikmanagement und Kundendienst im elektronischen Handel
- 6.6.3. *E-Commerce* als Chance für die Internationalisierung

### 6.7. *E-Business*-Strategien

- 6.7.1. Strategien für Social Media
- 6.7.2. Optimierung des Kundendienstes und der Supportkanäle
- 6.7.3. Digitale Regulierung

### 6.8. *Digital business*

- 6.8.1. Mobile *e-Commerce*
- 6.8.2. Design und Benutzerfreundlichkeit
- 6.8.3. *E-Commerce*-Aktivitäten

**Modul 7. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation**

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <p><b>7.1. Kaufmännisches Management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1.1. Vertriebsmanagement</li> <li>7.1.2. Kommerzielle Strategie</li> <li>7.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken</li> <li>7.1.4. Leitung des Verkaufsteams</li> </ul> | <p><b>7.2. Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.2.1. Marketing und seine Auswirkungen auf das Unternehmen</li> <li>7.2.2. Grundlegende Marketingvariablen</li> <li>7.2.3. Marketingplan</li> </ul>   | <p><b>7.3. Strategisches Marketingmanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.3.1. Quellen der Innovation</li> <li>7.3.2. Aktuelle Trends im Marketing</li> <li>7.3.3. Marketinginstrumente</li> <li>7.3.4. Marketingstrategie und Kundenkommunikation</li> </ul> | <p><b>7.4. Digitale Marketingstrategie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.4.1. Ansatz für digitales Marketing</li> <li>7.4.2. Digitale Marketingstrategie</li> <li>7.4.3. <i>Inbound Marketing</i> und die Entwicklung des digitalen Marketings</li> </ul> |
| <p><b>7.5. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.5.1. Positionierung und Förderung</li> <li>7.5.2. Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>7.5.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie</li> </ul>                     | <p><b>7.6. Unternehmenskommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.6.1. Interne und externe Kommunikation</li> <li>7.6.2. Abteilungen für Kommunikation</li> <li>7.6.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten</li> </ul> | <p><b>7.7. Strategie der Unternehmenskommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7.7.1. Strategie der Unternehmenskommunikation</li> <li>7.7.2. Kommunikationsplan</li> <li>7.7.3. Pressemitteilung/<i>Clipping</i>/<i>Publicity</i> schreiben</li> </ul>        |  |

**Modul 8. Innovation und Projektleitung**

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <p><b>8.1. Innovation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1.1. Makrokonzept der Innovation</li> <li>8.1.2. Typologien der Innovation</li> <li>8.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation</li> <li>8.1.4. Schulung und Innovation</li> </ul> | <p><b>8.2. Innovationsstrategie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie</li> <li>8.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management</li> <li>8.2.3. Innovations-Workshops</li> </ul> | <p><b>8.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.3.1. <i>Lean-Startup</i>-Methodik</li> <li>8.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen</li> <li>8.3.3. Modalitäten der Finanzierung</li> <li>8.3.4. Instrumente des Modells: Empathiekarte, <i>Canvas</i>-Modell und Metriken</li> <li>8.3.5. Wachstum und Loyalität</li> </ul> | <p><b>8.4. Projektleitung und -management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>8.4.1. Innovationsmöglichkeiten</li> <li>8.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge</li> <li>8.4.3. Definition und Konzeption von Projekten</li> <li>8.4.4. Durchführung des Projekts</li> <li>8.4.5. Abschluss des Projekts</li> </ul> |
|--|--|---|---|

**Modul 9. Management und Führung**

**9.1. Allgemeines Management**

- 9.1.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
- 9.1.2. Management-Politik und -Prozesse
- 9.1.3. *Society and Enterprise*

**9.2. Wettbewerbsfähige Strategie**

- 9.2.1. Marktanalyse
- 9.2.2. Nachhaltiger Wettbewerbsvorteil
- 9.2.3. Rentabilität der Investition

**9.3. Planung und Strategie**

- 9.3.1. Die Bedeutung der strategischen Ausrichtung im Managementkontrollprozess
- 9.3.2. Analyse des Umfelds und der Organisation
- 9.3.3. *Lean Management*

**9.4. Talentmanagement**

- 9.4.1. Management des Humankapitals
- 9.4.2. Umwelt, Strategie und Metrik
- 9.4.3. Innovation im Personalmanagement

**9.5. Verhandlung**

- 9.5.1. Interkulturelle Verhandlung
- 9.5.2. Ansätze zur Verhandlung
- 9.5.3. Wirksame Verhandlungstechniken
- 9.5.4. Umstrukturierung

**Modul 10. Logistik und wirtschaftliches Management**

**10.1. Finanzielle Diagnose**

- 10.1.1. Indikatoren für die Analyse von Jahresabschlüssen
- 10.1.2. Analyse der Rentabilität
- 10.1.3. Wirtschaftliche und finanzielle Rentabilität eines Unternehmens

**10.2. Wirtschaftliche Analyse von Entscheidungen**

- 10.2.1. Haushaltskontrolle
- 10.2.2. Wettbewerbsanalyse. Vergleichende Analyse
- 10.2.3. Entscheidungsfindung. Investitionen oder Desinvestitionen von Unternehmen

**10.3. Investitionsbewertung und Portfoliomanagement**

- 10.3.1. Rentabilität von Investitionsprojekten und Wertschöpfung
- 10.3.2. Modelle für die Bewertung von Investitionsprojekten
- 10.3.3. Sensitivitätsanalyse, Szenarienbildung und Entscheidungsbäume

**10.4. Finanzmanagement für das Einkaufsmanagement**

- 10.4.1. Multiplikatoreffekt der Einkäufe auf die Gewinne
- 10.4.2. Kosteneffizienz und Kostensenkung
- 10.4.3. Opportunitätskosten der Vermögenswerte

**10.5. Wirtschaftliche Kontrolle der Einkäufe**

- 10.5.1. KPIs, Schlüsselindikatoren für das Einkaufsmanagement
- 10.5.2. Gesamtkostenauswirkungen eines angemessenen KPI-Managements
- 10.5.3. Scorecard zur Wirtschafts- und Einkaufskontrolle

**10.6. Lager-, Bestands- und Logistikmanagement**

- 10.6.1. Leitung der Einkaufslogistik
- 10.6.2. Verwaltung der Bestände
- 10.6.3. Lagerverwaltung

**Modul 11. Marktforschung**

**11.1. Neues Wettbewerbsumfeld**

- 11.1.1. Technologische Innovation und wirtschaftliche Auswirkungen
- 11.1.2. Wissensgesellschaft
- 11.1.3. Das neue Verbraucherprofil

**11.2. Quantitative Forschungsmethoden und -techniken**

- 11.2.1. Variablen und Mess-Skalen
- 11.2.2. Informationsquellen
- 11.2.3. Probenahmeverfahren
- 11.2.4. Datenverarbeitung und -analyse

**11.3. Qualitative Forschungsmethoden und -techniken**

- 11.3.1. Direkte Techniken: *Focus Group*
- 11.3.2. Anthropologische Techniken
- 11.3.3. Indirekte Techniken
- 11.3.4. *Two face mirror* und *Delphi*-Methode

**11.4. Marktsegmentierung**

- 11.4.1. Markttypologien
- 11.4.2. Konzept und Analyse der Nachfrage
- 11.4.3. Segmentierung und Kriterien
- 11.4.4. Definition des Zielpublikums

**11.5. Arten des Kaufverhaltens**

- 11.5.1. Komplexes Verhalten
- 11.5.2. Dissonanzreduzierendes Verhalten
- 11.5.3. Vielfältiges Suchverhalten
- 11.5.4. Gewöhnliches Kaufverhalten

**11.6. Marketing- Informationssysteme**

- 11.6.1. Konzeptionelle Ansätze für das Marketinginformationssystem
- 11.6.2. *Data Warehouse* und *Datamining*
- 11.6.3. Geografische Informationssysteme

**11.7. Management von Forschungsprojekten**

- 11.7.1. Instrumente zur Information
- 11.7.2. Entwicklung des Erwartungsmanagementplans
- 11.7.3. Bewertung der Durchführbarkeit des Projekts

**11.8. *Marketing intelligence***

- 11.8.1. *Big Data*
- 11.8.2. Benutzererfahrung
- 11.8.3. Anwendung von Techniken

**Modul 12. Projekt- und Qualitätsmanagement für Einkäufer**

**12.1. *Lean Management***

- 12.1.1. Grundprinzipien des *Lean Management*
- 12.1.2. Verbesserungsgruppen und Problemlösung
- 12.1.3. Neue Formen der Instandhaltung und des Qualitätsmanagements

**12.2. Lean-Tools für das Projektmanagement**

- 12.2.1. Tools zur Qualitätsverbesserung
- 12.2.2. Tools zur Kostenverbesserung
- 12.2.3. Tools zur Verbesserung der Fristen
- 12.2.4. Tools zur Verbesserung der Mitarbeiterbindung

**12.3. Praktische Anwendung von *Lean Management*: Grundprinzipien und Regeln**

- 12.3.1. Identifizierung von Verschwendung in Einkauf und *Procurement*
- 12.3.2. Praktische Anwendung der 4 *Lean*-Regeln
- 12.3.3. Eindeutige Definition von Teilprozessen durch SIPOC

**12.4. *Lean six-sigma* in Einkaufsprozessen**

- 12.4.1. Wertmaximierung durch den DMAIC- Verbesserungsansatz
- 12.4.2. Diagnose der Prozessfähigkeit und des Verbesserungspotenzials
- 12.4.3. Verwendung von Prozess- und Ergebnismetriken im *Procurement*

**12.5. Qualitätsmanagement in Projekten**

- 12.5.1. Projektplanung auf der Grundlage von Anforderungen und Spezifikationen
- 12.5.2. Kundenanforderungen und Wettbewerbsbewertung
- 12.5.3. Ziele, Beziehungen und Zusammenhänge
- 12.5.4. Modalanalyse von Fehlern und Auswirkungen

**12.6. Totales Qualitätsmanagement und fortgeschrittenes Projektmanagement**

- 12.6.1. *Total Quality Management*
- 12.6.2. *Six Sigma* als globales System zur Unternehmensführung
- 12.6.3. EFQM-Modell

**12.7. Überblick über die Wertschöpfungskette im Beschaffungsprozess**

- 12.7.1. Identifizierung konkreter Ziele für Verbesserungen
- 12.7.2. Anpassung und Abgleich von Prozessen zur Reduzierung der nicht wertschöpfenden Zeit und Optimierung der Ressourcen

## Modul 13. Einkaufs- und Beschaffungsfunktion

### 13.1. Einkauf und Wertschöpfungskette

- 13.1.1. Auftrag, Ziel und Struktur der Abteilung Einkauf und Beschaffung
- 13.1.2. Hauptbestandteile der Einkaufsabteilung
- 13.1.3. Einkauf und logistischer Ablauf des Unternehmens
- 13.1.4. Verwaltung von Indikatoren, Scorecard

### 13.2. Entwicklung der Einkaufsstrategie

- 13.2.1. Einkaufsbedingungen
- 13.2.2. Verwaltung von Quittungen, Bestellungen und Lieferscheinen
- 13.2.3. Verwaltung von Vorfällen und Inventar

### 13.3. Preis-, Kosten- und Kaufwertanalyse

- 13.3.1. *Category Management*
- 13.3.2. RFP- und RFQ-Systeme
- 13.3.3. Internationale Preisindizes
- 13.3.4. Dynamische Preisgestaltung

### 13.4. Risikomanagement im Beschaffungswesen

- 13.4.1. Art des Risikos
- 13.4.2. Risiken auf dem Versorgungsmarkt
- 13.4.3. Versicherungen
- 13.4.4. Preisrisiken, Volatilität

### 13.5. e-Procurement

- 13.5.1. e-Business und e-Sourcing
- 13.5.2. Auktionen und umgekehrte Auktionen
- 13.5.3. Anwendungskosten und die am häufigsten verwendeten Systeme
- 13.5.4. e-Purchasing

### 13.6. Einkauf in verschiedenen Branchen und Sektoren

- 13.6.1. Kauf von Dienstleistungen
- 13.6.2. Kauf von Ausrüstungsgütern
- 13.6.3. Kauf von *Merchandising*, Marketing, Werbung
- 13.6.4. IT, Transport und andere Sektoren
- 13.6.5. Einkauf im öffentlichen Sektor

## Modul 14. Strategisches Einkaufsmanagement

### 14.1. Strategisches Einkaufsmanagement

- 14.1.1. Neue Herausforderungen in Einkauf, *Sourcing* und Beschaffungswesen
- 14.1.2. Die Rolle des Einkaufs im Unternehmen und in der Lieferkette
- 14.1.3. Die Funktion des Einkaufs als Ressourcenlieferant
- 14.1.4. Rechtliche Aspekte der Einkaufsfunktion

### 14.2. *Lean management* in Einkaufsprozessen

- 14.2.1. *Lean Buying*
- 14.2.2. *Outsourcing* in SCM
- 14.2.3. *Lean Supplying*

### 14.3. Design der Einkaufsstrategie

- 14.3.1. Externalisierung
- 14.3.2. Outsourcing von Prozessen
- 14.3.3. Globalisierung
- 14.3.4. Standortverlagerung

### 14.4. *Outsourcing-insourcing*

- 14.4.1. Beschaffungsmodelle und -prozesse
- 14.4.2. Segmentierungsmodelle
- 14.4.3. Rolle des *e-Procurement*

### 14.5. Strategische Beschaffung

- 14.5.1. Lieferantenauswahl und Strategie
- 14.5.2. Wertschöpfung durch strategische Beschaffung
- 14.5.3. Logistikunternehmen in der Beschaffung

### 14.6. Lagerdesign und -verwaltung

- 14.6.1. Fortgeschrittenes Lagerdesign
- 14.6.2. *Picking und Sorting*
- 14.6.3. Kontrolle des Materialflusses

### 14.7. *Lean Warehouse*

- 14.7.1. Grundlagen des *Lean Warehousing*
- 14.7.2. Systeme zur Inventarverwaltung
- 14.7.3. Radiofrequenz im Lagerhausdesign

### 14.8. Verwaltung von Transport und Vertrieb

- 14.8.1. Koordinierung zwischen Transport und Lagerung
- 14.8.2. Zonen für logistische Aktivitäten
- 14.8.3. Vorschriften und Konventionen für den Luft- und Binnenfrachtverkehr

### 14.9. Interne Logistik

- 14.9.1. Berechnung des Bedarfs.
- 14.9.2. Typologie von Lagern in einem JIT-System
- 14.9.3. *DOUKI SEISAN* Versorgung
- 14.9.4. *Lean materials handling*

**Modul 15. Supplier relationship management**

**15.1. Planung der Lieferantensuche**

- 15.1.1. Angebotsprozess und Kriterienentwicklung
- 15.1.2. Identifizierung von potenziellen Lieferanten
- 15.1.3. Auswahl der Lieferanten

**15.2. Kriterien für die Auswahl von Lieferanten**

- 15.2.1. Wirtschaftliche Kriterien
- 15.2.2. Qualitätskriterien
- 15.2.3. Andere Kriterien

**15.3. Management von Lieferantenbeziehungen**

- 15.3.1. Ethik in den Beziehungen
- 15.3.2. Untervertragnahme planen
- 15.3.3. Erwerb von Dienstleistungen

**15.4. Integration der Lieferanten in die Wertschöpfungskette**

- 15.4.1. Phasen des Integrationsprozesses
- 15.4.2. Risiken und Kontrollparameter
- 15.4.3. Follow-up
- 15.4.4. Abbruch der Integration

**15.5. Handelsrecht**

- 15.5.1. Der Kaufvertrag
- 15.5.2. Zahlungen und Zahlungsverzug
- 15.5.3. Einhaltungsgarantien
- 15.5.4. Haftung für Schäden, die durch fehlerhafte Produkte verursacht wurden
- 15.5.5. Mietverträge

**15.6. Arbeitsrecht**

- 15.6.1. Zweckbefristeter Arbeitsvertrag
- 15.6.2. Solidarhaftung
- 15.6.3. Subsidiäre Haftung der Sozialversicherung
- 15.6.4. Vorbeugung gegen berufliche Risiken

**15.7. Steuerrecht**

- 15.7.1. Steuerliche Pflichten bei der Vergabe von Unteraufträgen
- 15.7.2. Steuerliche Auswirkungen von Käufen

**15.8. Vertragsmanagement und -verwaltung**

- 15.8.1. Verhandlung und Umsetzung
- 15.8.2. Überwachung und Kontrolle der Ergebnisse
- 15.8.3. Abschluss des Vertrags

**Modul 16. Sozial-ökologische Auswirkungen**

**16.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen**

- 16.1.1. Strategische Vision der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 16.1.2. Systeme und Modelle für die Implementierung von CSR
- 16.1.3. Organisation der RSC
- 16.1.4. Rollen und Verantwortlichkeiten

**16.2. SCM und corporate responsibility**

- 16.2.1. Wertschöpfung in einer Wirtschaft der immateriellen Werte
- 16.2.2. CSR: Unternehmensengagement
- 16.2.3. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen

**16.3. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen**

- 16.3.1. Transparenz der Informationen
- 16.3.2. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
- 16.3.3. Sozialwirtschaft, Genossenschaftswesen und soziale Verantwortung der Unternehmen

**16.4. Unternehmen und Umwelt**

- 16.4.1. Nachhaltiges Wachstum
- 16.4.2. Gesetzliche Entwicklungen bei der Umwelthaftung
- 16.4.3. Reaktion der Unternehmen auf die Umweltproblematik
- 16.4.4. Abfall und Emissionen

**16.5. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools**

- 16.5.1. Managementsysteme für soziale Verantwortung
- 16.5.2. Systeme für Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitsschutzmanagement
- 16.5.3. Audits

**16.6. Wirtschaftsethik**

- 16.6.1. Ethisches Verhalten im Unternehmen
- 16.6.2. Deontologie und ethische Kodizes
- 16.6.3. Betrug und Interessenkonflikte

**Modul 17. Global sourcing**

**17.1. Globales wirtschaftliches Umfeld**

- 17.1.1. Grundlagen der Weltwirtschaft
- 17.1.2. Die Globalisierung der Wirtschaft und der Finanzmärkte
- 17.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 17.1.4. Internationales Währungssystem

**17.2. Anpassung des Einkaufs an *Global sourcing***

- 17.2.1. Struktur der Einkäufe
- 17.2.2. Notwendigkeit für neue Fähigkeiten
- 17.2.3. Vermittler

**17.3. Importmanagement**

- 17.3.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 17.3.2. Internationale Handelsinstitutionen und -abkommen
- 17.3.3. Zollrecht
- 17.3.4. Werksleitung und internationaler Einkauf

**17.4. Internationaler Logistikvertrieb**

- 17.4.1. Internationale Logistikplattformen
- 17.4.2. Internationaler Transportunternehmer
- 17.4.3. *Hubs* und Vertrieb

**17.5. Incoterms und internationale Dokumentenverwaltung**

- 17.5.1. Export oder Bereitstellung
- 17.5.2. Der Vertrag über die Agentur, den Vertrieb und den internationalen Verkauf und Vertrieb
- 17.5.3. Gewerbliches und geistiges Eigentum
- 17.5.4. Zolltarifliche Einstufung

**17.6. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs**

- 17.6.1. Die Wahl des Zahlungsmittels
- 17.6.2. Dokumentenakkreditiv
- 17.6.3. Bankgarantie und Dokumentenakkreditiv

**17.7. Internationale *Lean Logistics***

- 17.7.1. *Lean*-Grundlagen mit Anwendung in der internationalen Logistik
- 17.7.2. Wichtigste Auswirkungen und Anforderungen
- 17.7.3. Andere Methoden zur Prozessverbesserung

**Modul 18. Performance und Audit**

**18.1. Allgemeine Aspekte der Managementindikatoren**

- 18.1.1. Funktionen der Managementindikatoren
- 18.1.2. Indikator-Tafel und *Balance Score Card*
- 18.1.3. Logistik-Indikatoren

**18.2. Indikatoren für den Kauf von Ausgangsmaterialien**

- 18.2.1. Leistungsindikatoren
- 18.2.2. Wirtschaftliche Indikatoren
- 18.2.3. Indikatoren für interne Kundenbeziehungen
- 18.2.4. Indikatoren für die Effektivität der Beschaffung
- 18.2.5. Indikatoren Effizienz die Effizienz der Beschaffung
- 18.2.6. Ziele der Beschaffung

**18.3. Indikatoren für die Beschaffung von Dienstleistungen**

- 18.3.1. Wirtschaftliche Indikatoren
- 18.3.2. Indikatoren für die Effektivität der Beschaffung
- 18.3.3. Leistungsindikatoren
- 18.3.4. Indikatoren für Beziehungen
- 18.3.5. Indikatoren für unsere internen Kundenbeziehungen

**18.4. Andere Indikatoren**

- 18.4.1. LeistungsindikatorenLeistungsindikatoren
- 18.4.2. Indikatoren für die Produktivität des Einkaufsteams

**18.5. Beschaffungsaudit**

- 18.5.1. Allgemeine Auditpolitik
- 18.5.2. Audit-Ziele
- 18.5.3. Umfang des Audits der Beschaffungskontrollen
- 18.5.4. Interne Audits, Schulungen, Richtlinien und Verfahren für Auftragnehmer

**18.6. *Benchmarking* im Einkaufsmanagement**

- 18.6.1. Arten von *Benchmarking*
- 18.6.2. *Benchmarking* des Marktes
- 18.6.3. Erfolge und Vorteile des *Benchmarking* in einer Einkaufsabteilung
- 18.6.4. Messung des *Benchmarking*





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.



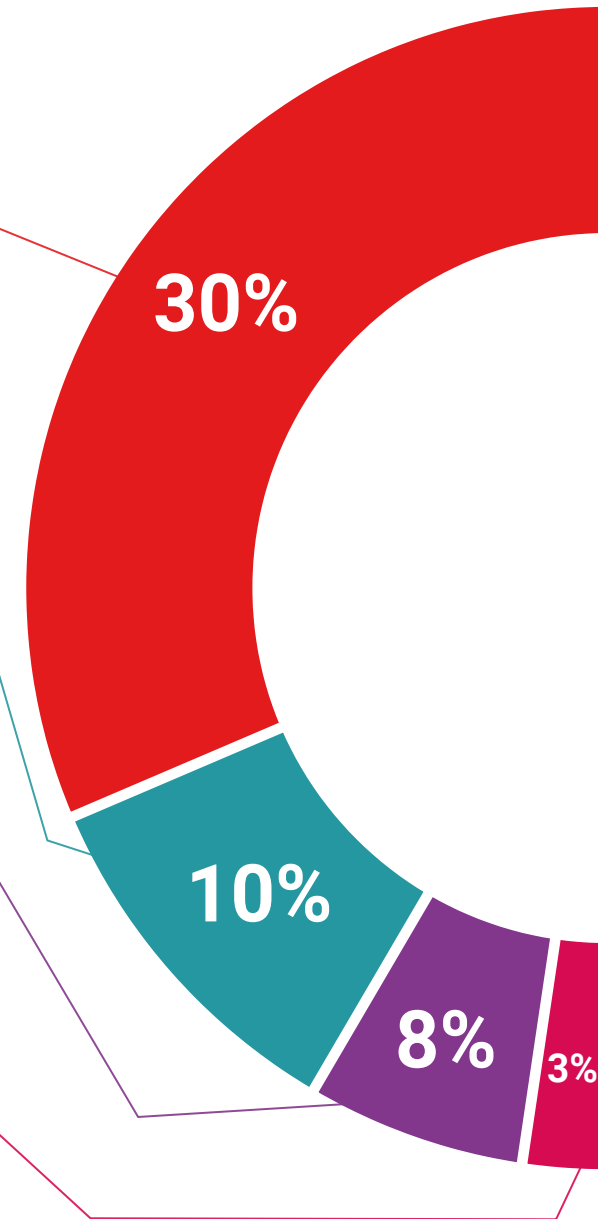
### Praxis der Managementfähigkeiten

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

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement von TECH ist ein Programm, das sich an erfahrene Fachleute richtet, die ihr Wissen aktualisieren und ihre berufliche Karriere vorantreiben wollen. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





“

*Ein hochwertiges Programm für Fachleute,  
die Spitzenleistungen anstreben"*

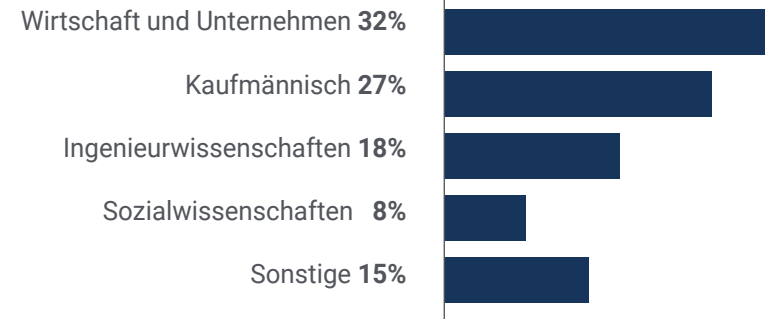
## Durchschnittliches Alter

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

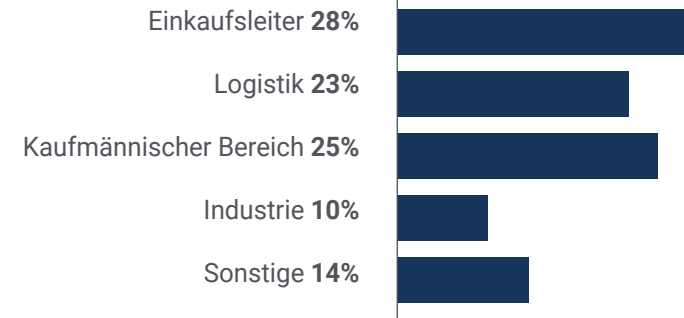
## Jahre der Erfahrung



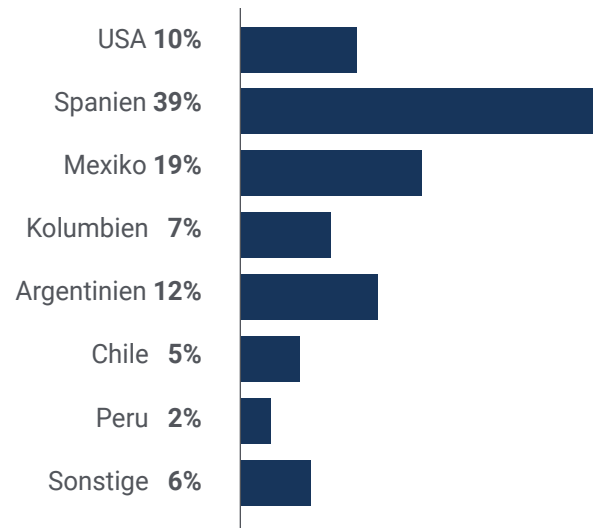
## Ausbildung



## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung



## Margarita Pisaca

**Einkaufsmanagerin eines multinationalen Unternehmens**

*„Der Abschluss dieses weiterbildenden Masterstudiengangs von TECH war eine einzigartige Erfahrung auf akademischer Ebene, aufgrund der Qualität des Inhalts und natürlich des Online-Modus, der für die Kombination mit meinen übrigen Verpflichtungen unerlässlich war. Dank ihm konnte ich meine Kenntnisse in einem Sektor auffrischen, in dem ich schon seit Jahren arbeite, in dem ich aber das Gefühl hatte, noch mehr wissen zu müssen“*

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Wir sind uns bewusst, dass die Durchführung eines Programms mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition bedeutet. Das oberste Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Deshalb stellen wir Ihnen alle unsere Bemühungen und Instrumente zur Verfügung, damit Sie die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten erwerben können, um diese Veränderung zu erreichen.





“

*Bei TECH richten wir all unsere Bemühungen darauf aus, Ihnen zu helfen, die berufliche Veränderung zu erreichen, die Sie verdienen"*

*Vertiefen Sie sich in das Studium dieses weiterbildenden Masterstudiengangs und erreichen Sie das berufliche Ziel, das Sie sich wünschen.*

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

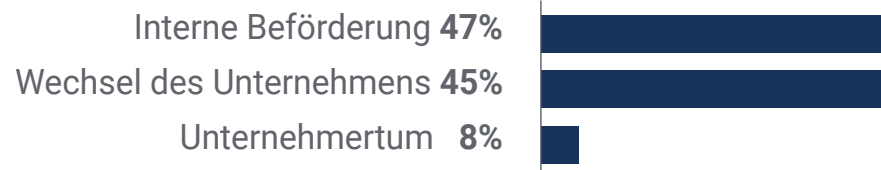
Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement der TECH Technologischen Universität ist ein intensiver Studiengang, der die Fachkraft darauf vorbereitet, geschäftliche Herausforderungen und Entscheidungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Das Hauptziel ist es, ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein. Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

*Wenn Sie sich beruflich verbessern möchten, zögern Sie nicht, sich bei TECH zu spezialisieren. Wir haben das beste akademische Programm auf dem Markt.*

### Zeit für Veränderungen



### Art der Änderung





## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%** für unsere Auszubildenden.



10

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement trägt dazu bei, die Talente der Organisation durch die Spezialisierung von hochrangigen Führungskräften auf ihr maximales Potenzial zu bringen. Daher wird die Teilnahme an diesem akademischen Programm nicht nur auf persönlicher, sondern vor allem auch auf beruflicher Ebene zu einer Verbesserung der Fortbildung und der Managementfähigkeiten der Fachkräfte führen. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen, um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

*Nach Abschluss dieses weiterbildenden  
Masterstudiengangs werden Sie eine neue  
Geschäftsvision in das Unternehmen einbringen"*

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 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 der Führungskraft 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 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 eigener Projekte**

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

---

06

### **Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit**

Dieses Programm wird die Studenten mit den notwendigen Fähigkeiten ausstatten, um neue Herausforderungen anzunehmen und so die Organisation voranzubringen.

11

# Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement 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 **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Einkaufsmanagement**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **3.000 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.





## Weiterbildender Masterstudiengang Senior Einkaufsmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Weiterbildender Masterstudiengang Senior Einkaufsmanagement

