

Weiterbildender Masterstudiengang Strategisches Senior Management

W M S S M



Weiterbildender Masterstudiengang Strategisches Senior Management

- » 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-strategisches-senior-management

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

Kursleitung

Seite 54

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 60

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 64

12

Qualifizierung

Seite 68

01

Willkommen

Das Erreichen der auf Unternehmensebene gesetzten Ziele sollte das Ziel der Führungskräfte eines Unternehmens sein. Um dies zu erreichen, bedarf es jedoch einer geeigneten Unternehmensstrategie, um die Bewegungen des Unternehmens auf das Erreichen seiner Ziele auszurichten. TECH hat es sich zum Ziel gesetzt, dem Studenten mit diesem weiterbildenden Masterstudiengang, der die besten Inhalte zur Unternehmensführung mit den spezifischsten Konzepten der strategischen Unternehmensführung verbindet, die Schlüssel zu einer erfolgreichen Führungskraft zu vermitteln.



Weiterbildender Masterstudiengang in Strategisches Senior Management.
TECH Technologische Universität

“

Die heutige Gesellschaft verlangt nach Managern mit einem neuen Profil, die sich viel stärker an den neuen Trends orientieren und sich dadurch auszeichnen, dass sie technologisch versiert sind, ihren Mitarbeitern aktiv zuhören und ihre Arbeit selbstkritisch beurteilen"

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.

“

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

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.

Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Strategisches Senior Management 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 Berufstätige definieren sollten

03

Beachtung bei der Ausarbeitung eines Geschäftsplans die Nachhaltigkeitskriterien der internationalen Normen

05

Erstellung von Unternehmensstrategien, die das Drehbuch 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 sich das Unternehmen entwickelt, und Entwicklung geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen



11

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

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

14

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

15

In der Lage sein, alle Phasen einer Geschäftsidee zu entwickeln: Entwurf, Realisierungsplan, Umsetzung, Überwachung



16

Definition der Elemente der Strategie als wichtigste Grundlage des strategischen Managements

18

Das strategische Verhalten einer Organisation auf verschiedenen Ebenen analysieren

19

Entwicklung und Umsetzung der am besten geeigneten Strategie, um die Ziele des Unternehmens zu erreichen

17

Die verschiedenen Arten von Strategien verstehen, die in einem Unternehmen umgesetzt werden können

20

Die Logik des strategischen Managementprozesses und die Bedeutung der einzelnen Phasen beschreiben



21

Definition der grundlegenden Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seiner Umgebung

24

Anwendung des theoretischen Wissens auf reale Situationen anhand von Fallstudien

22

Analyse des Einflusses der Stakeholder oder Interessengruppen auf das Unternehmen



23

Die verschiedenen Wachstumspfade identifizieren, die Unternehmen einschlagen können

25

Beschreibung der Merkmale, Probleme und menschlichen, wirtschaftlichen, politisch-rechtlichen und organisatorischen Implikationen der verschiedenen Modalitäten der strategischen Entwicklung

26

Entwicklung von Strategien und Methoden zur Durchführung von Entscheidungsprozessen in kritischen oder entscheidenden Situationen

28

Marketingtechniken anwenden, die das Wissen des Unternehmens fördern

29

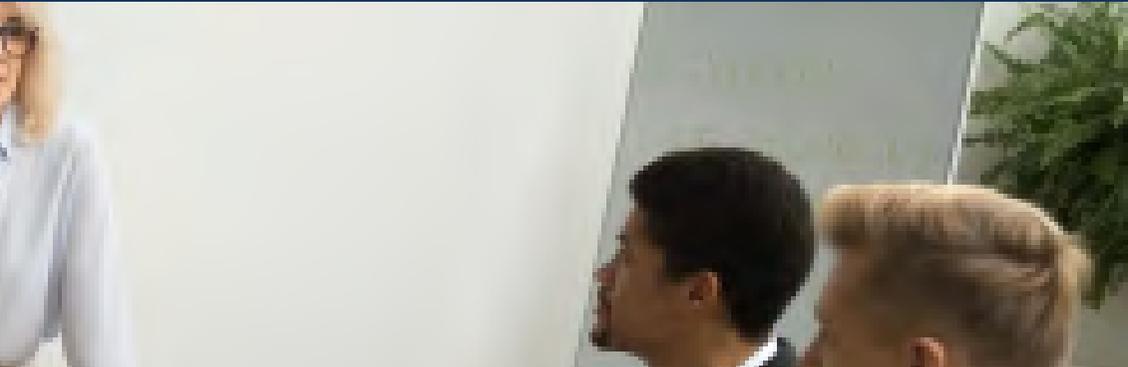
Angemessenes Management des Einkaufs und der Lieferkette

27

Entwicklung von Führungsqualitäten, um ein Team zu motivieren

30

Kenntnis des globalisierten Umfelds, in dem das Unternehmen tätig ist, und Entwicklung von Strategien, die die Internationalisierung des Unternehmens fördern



05

Kompetenzen

Nach Bestehen der Bewertungen des Weiterbildenden Masterstudiengangs in Strategisches Senior Management 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 Fähigkeiten, die Sie für ein erfolgreiches strategisches Management Ihres Unternehmens benötigen"

01

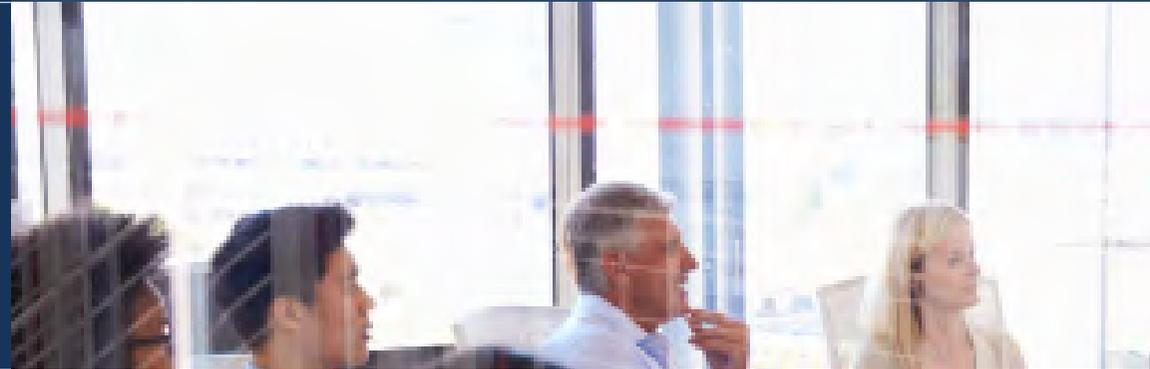
Durchführung eines globalen Managements des Unternehmens unter Anwendung von Führungstechniken, die die Leistung der Mitarbeiter so beeinflussen, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden

04

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

02

Beteiligung an und Leitung der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie



03

Lösen von Konflikten und Problemen zwischen Arbeitnehmern

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

Auf Innovation in allen Prozessen und Bereichen des Unternehmens zu setzen

11

Leitung der verschiedenen Projekte des Unternehmens

14

Durchführung der Finanzverwaltung des Unternehmens

12

Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens unter Vermeidung von Umweltbelastungen

15

Konzeption und Durchführung einer strategischen Planung, die den Zielen des Unternehmens und den aktuellen Nachhaltigkeitskriterien entspricht

13

Erkundung neuer Geschäftsmöglichkeiten und Konzentration auf Innovation und Unternehmertum

16

Durchführung von internen und externen strategischen Analysen

17

Entwicklung von Strategien zur Prävention und Kontrolle von Risiken

20

Eine internationale Strategie umsetzen, um die Gewinne des Unternehmens zu steigern

18

Entwicklung der erforderlichen Managementfähigkeiten für die Leitung aller Abteilungen des Unternehmens

21

Eine Einkaufs- und Beschaffungsstrategie entwerfen, um die Rentabilität des Unternehmens zu verbessern

19

Analyse der Daten zur Strategie des Unternehmens

22

Anwendung von *Coaching* und Techniken der emotionalen Intelligenz, um die Leistung der Mitarbeiter zu verwalten und zu fördern

06

Struktur und Inhalt

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Strategisches Senior Management ist ein maßgeschneidertes Programm, das zu 100% online angeboten wird, so dass Sie den Zeitpunkt und den Ort wählen können, der Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen am besten entspricht. Ein 24-monatiges Programm mit dem Ziel, eine einzigartige und anregende Erfahrung zu machen, die den Grundstein für den Erfolg als Manager und Unternehmer legt.



“

*Ein Lehrplan, der strategisch entwickelt wurde,
um Ihr Lernen zu fördern"*

Lehrplan

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Strategisches Senior Management 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.

Während der 3.000 Unterrichtsstunden wird eine Vielzahl von Fallstudien in Einzelarbeit analysiert, wodurch ein intensives Lernen erreicht wird, das für Ihre tägliche Praxis von großem Nutzen sein wird. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Strategisches Senior Management befasst sich eingehend mit den wichtigsten Bereichen des

Unternehmens und ist darauf ausgerichtet, Führungskräften die Unternehmensführung aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu vermitteln.

Ein Plan, der sich auf die berufliche Weiterentwicklung konzentriert und die Fachkraft darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich der Unternehmensführung und -verwaltung zu erzielen. Ein Programm, das die Bedürfnisse der Studenten und ihrer Unternehmen durch innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren, versteht. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Fähigkeiten vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 24 Monaten und ist in 17 Module unterteilt:

Modul 1	Führung, Ethik und CSR
Modul 2	Strategisches Management und Unternehmensführung
Modul 3	Personal- und Talentmanagement
Modul 4	Wirtschafts- und Finanzmanagement
Modul 5	Operations- und Logistikmanagement
Modul 6	Verwaltung von Informationssystemen
Modul 7	Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation
Modul 8	Innovation und Projektleitung
Modul 9	<i>Management and Strategy</i>
Modul 10	Modalitäten der strategischen Entwicklung

Modul 11 Strategische Planung und Kontrolle der Finanzverwaltung

Modul 12 Organisatorisches Verhalten

Modul 13 Strategisches Management von Menschen

Modul 14 Managementfähigkeiten

Modul 15 *Strategy in Marketing management*

Modul 16 Unternehmensstrategie und operative Strategie

Modul 17 *Business & International Strategy*

Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen in Weiterbildender Masterstudiengang in Strategisches Senior Management 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. Rechenschaftspflicht

1.2. Führungsrolle

- 1.2.1. Interkulturelles Umfeld
- 1.2.2. Führung und Unternehmensmanagement
- 1.2.3. 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

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

Modul 4. Wirtschafts- und Finanzmanagement

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

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

- 4.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 4.4.2. Logistik-Management
- 4.4.3. 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. Verwaltung 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 Potential 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. Digitales Geschäft

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

Modul 7. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation

7.1. Kaufmännisches Management

- 7.1.1. Vertriebsmanagement
- 7.1.2. Kommerzielle Strategie
- 7.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken
- 7.1.4. Leitung des Verkaufsteams

7.2. Marketing

- 7.2.1. Marketing und seine Auswirkungen auf das Unternehmen
- 7.2.2. Grundlegende Marketingvariablen
- 7.2.3. Marketingplan

7.3. Strategisches Marketing-Management

- 7.3.1. Quellen der Innovation
- 7.3.2. Aktuelle Trends im Marketing
- 7.3.3. Marketinginstrumente
- 7.3.4. Marketingstrategie und Kundenkommunikation

7.4. Digitale Marketingstrategie

- 7.4.1. Ansatz für digitales Marketing
- 7.4.2. Digitale Marketingstrategie
- 7.4.3. Inbound Marketing und die Entwicklung des digitalen Marketings

7.5. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie

- 7.5.1. Positionierung und Förderung
- 7.5.2. Öffentlichkeitsarbeit
- 7.5.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie

7.6. Unternehmenskommunikation

- 7.6.1. Interne und externe Kommunikation
- 7.6.2. Abteilungen für Kommunikation
- 7.6.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten

7.7. Strategie der Unternehmenskommunikation

- 7.7.1. Strategie der Unternehmenskommunikation
- 7.7.2. Kommunikationsplan
- 7.7.3. Pressemitteilung/Clipping/Werbung schreiben

Modul 8. Innovation und Projektleitung

8.1. Innovation

- 8.1.1. Makrokonzept der Innovation
- 8.1.2. Typologien der Innovation
- 8.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
- 8.1.4. Schulung und Innovation

8.2. Innovationsstrategie

- 8.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie
- 8.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management
- 8.2.3. Innovations-Workshops

8.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells

- 8.3.1. Lean-Startup-Methodik
- 8.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen
- 8.3.3. Modalitäten der Finanzierung
- 8.3.4. Werkzeuge des Modells: Empathiekarte, Canvas-Modell und Metriken
- 8.3.5. Wachstum und Loyalität

8.4. Projektleitung und -management

- 8.4.1. Innovationsmöglichkeiten
- 8.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge
- 8.4.3. Definition und Konzeption von Projekten
- 8.4.4. Durchführung des Projekts
- 8.4.5. Abschluss des Projekts

Modul 9. Management and Strategy

9.1. Strategisches Denken

- 9.1.1. Die Strategie und ihr Ziel
- 9.1.2. *Strategisches Denken und Strategiefähigkeit*
- 9.1.3. Laterales Denken und Blue Oceans Strategie
- 9.1.4. Neurowissenschaft angewandt auf Strategie

9.2. Entscheidungen und strategische Entscheidungsträger

- 9.2.1. Unternehmensführung
- 9.2.2. Management-Teams
- 9.2.3. Wertschöpfung

9.3. Wettbewerbsfähige Strategie

- 9.3.1. Marktanalyse
- 9.3.2. Nachhaltiger Wettbewerbsvorteil
- 9.3.3. Rentabilität der Investition

9.4. Unternehmensstrategie

- 9.4.1. *Driving corporate strategy*
- 9.4.2. *Pacing corporate strategy*
- 9.4.3. *Framing corporate strategy*

9.5. Planung und Strategie

- 9.5.1. Die Bedeutung der strategischen Ausrichtung im Managementkontrollprozess
- 9.5.2. Analyse des Umfelds und der Organisation

9.6. Implementierung der Strategie

- 9.6.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
- 9.6.2. Strategische Karte
- 9.6.3. Differenzierung und Anpassung

9.7. Modelle zur strategischen Analyse

- 9.7.1. Interne Analyse
- 9.7.2. Externe Analyse
- 9.7.3. Quellen für Wettbewerbsvorteile in der Branche
- 9.7.4. Vorteile, Nachteile und Wirksamkeit der strategischen Analyse

9.8. Totales Qualitätsmanagement und fortgeschrittenes Projektmanagement

- 9.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 9.8.2. *Six Sigma* als System zur Unternehmensführung
- 9.8.3. EFQM-Modell

9.9. Lean Management

- 9.9.1. Grundprinzipien des *Lean Management*
- 9.9.2. Verbesserungsgruppen und Problemlösung
- 9.9.3. Neue Formen der Instandhaltung und des Qualitätsmanagements

9.10. Ethik und *strategic management*

- 9.10.1. Integration von Ethik und Strategie
- 9.10.2. Menschliche Motivation und Ethik
- 9.10.3. Ethische Qualität von Organisationen

Modul 10. Modalitäten der strategischen Entwicklung

10.1. Strategische Allianzen

- 10.1.1. *Joint Ventures*
- 10.1.2. Export-Konsortien
- 10.1.3. Einkaufszentren
- 10.1.4. Andere Arten der Zusammenarbeit

10.2. Unternehmerische Initiative

- 10.2.1. Erkundung neuer Geschäftsmöglichkeiten
- 10.2.2. Prototyping und interne Entwicklung
- 10.2.3. Interne Akteure des Wandels
- 10.2.4. Aufkommende Projekte und Störungen

10.3. Strategische Innovation

- 10.3.1. Offene Innovation und Dreifachhelix
- 10.3.2. Faktoren für den Erfolg und Misserfolg von Innovationen
- 10.3.3. Auswirkungen des Innovationsmanagements auf die Unternehmensleistung
- 10.3.4. Kreatives Denken und *Design Thinking*

10.4. Investitionspolitik

- 10.4.1. Methoden der Unternehmensbewertung
- 10.4.2. Risikoüberwachung und -kontrolle
- 10.4.3. Finanzierungsquellen

10.5. Fusionen und Akquisitionen

- 10.5.1. Finanzielle und organisatorische Implikationen von Fusionen und Übernahmen
- 10.5.2. Analyse und Bewertung von Synergieeffekten
- 10.5.3. Verhandlungstechniken und -ansätze

10.6. Strategien zur Diversifizierung

- 10.6.1. Spezialisierung vs. Diversifizierung
- 10.6.2. Wahl des Einstiegsmodus bei der Diversifizierung
- 10.6.3. Geschäftsdiversifizierung und Leistung
- 10.6.4. Strategien zur Umstrukturierung des Geschäftsportfolios

Modul 11. Strategische Planung und Kontrolle der Finanzverwaltung

11.1. Managementkontrolle

- 11.1.1. Finanzpolitik und Wachstum
- 11.1.2. Information als Instrument der Managementkontrolle
- 11.1.3. Managementkontrolle als Planungs- und Steuerungssystem
- 11.1.4. Funktionen des *Controllers*
- 11.1.5. Anwendungsbereich der Managementkontrolle

11.2. Finanzberichterstattung und Managemententscheidungen

- 11.2.1. Finanzielle oder juristische Buchhaltung
- 11.2.2. Analytische oder Kostenrechnung
- 11.2.3. Kontrolle der Buchhaltung

11.3. Kassenverwaltung

- 11.3.1. Buchhaltung Umlaufvermögen und Betriebskapitalbedarf
- 11.3.2. Berechnung des operativen Bargeldbedarfs
- 11.3.3. *Credit Management*
- 11.3.4. Fonds-, Vermögensverwaltung und *Family Offices*

11.4. Cash Management

- 11.4.1. Bankfinanzierung von Betriebskapital
- 11.4.2. Organisation der Kassenabteilung
- 11.4.3. Zentralisierte Kassenverwaltung

11.5. Planung und Kontrolle von Kompetenzzentren

- 11.5.1. Entwurf eines Managementkontrollsystems
- 11.5.2. Abweichungen bei der Verwaltungskontrolle

11.6. Der Prozess der Strategieformulierung und -planung

- 11.6.1. Formulierung und Inhalt des Strategieplans
- 11.6.2. *Balanced Scorecard*
- 11.6.3. Terminologie und Grundkonzepte

11.7. Organisatorische Planung

- 11.7.1. Geschäftseinheiten und Transferpreise
- 11.7.2. Fertigungs-, Produktions-, Support- und Vertriebsstandorte
- 11.7.3. Aufgaben und Zuständigkeiten der Finanzdirektion

11.8. Indikatoren als Kontrollinstrument

- 11.8.1. Dashboard
- 11.8.2. Anzahl und Format der Indikatoren
- 11.8.3. Strategische Planung

Modul 12. Organisatorisches Verhalten

12.1. Organisatorisches Verhalten

- 12.1.1. Organisationen
- 12.1.2. Organisationstheorie
- 12.1.3. Organisationen, Menschen und Gesellschaft
- 12.1.4. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens

12.2. Organisatorische Kultur

- 12.2.1. Werte und Organisationskultur
- 12.2.2. Schlüsselemente des Wandels in Organisationen
- 12.2.3. Entwicklung des wissenschaftlichen Denkens und der Organisation als System
- 12.2.4. Kultur und Wandel

12.3. Management der Organisation

- 12.3.1. Ebenen und Führungsqualitäten
- 12.3.2. Planung und organisatorische Funktion
- 12.3.3. Verwaltungs- und Kontrollfunktion
- 12.3.4. Die neue Rolle des Personalleiters. Personalpolitik

12.4. Wissensmanagement

- 12.4.1. Kollektive Intelligenz vs. Wissensmanagement
- 12.4.2. Perspektiven und Werkzeuge für das Wissensmanagement
- 12.4.3. Kollaborative Umgebungen und Lerngemeinschaften

12.5. Die Menschen in Organisationen

- 12.5.1. Qualität des Arbeitslebens und psychisches Wohlbefinden
- 12.5.2. Teamarbeit und Leitung von Sitzungen
- 12.5.3. *Coaching und Teammanagement*

12.6. Struktur der Organisation

- 12.6.1. Wichtigste Koordinierungsmechanismen
- 12.6.2. Abteilungen und Organigramme
- 12.6.3. Autorität und Verantwortung
- 12.6.4. *Das Empowerment*

Modul 13. Strategisches Management von Menschen

13.1. Strategische Führung für die Wirtschaft in immateriellen Werten

- 13.1.1. Strategien zur kulturellen Anpassung
- 13.1.2. Unternehmensführung und Differenzierung
- 13.1.3. Agent des Wandels und der Transformation

13.2. Strategisches Denken und System

- 13.2.1. Das Unternehmen als System
- 13.2.2. Strategisches Denken aus der Unternehmenskultur heraus
- 13.2.3. Strategisches Denken aus dem Personalmanagement
- 13.2.4. Gestaltung und Umsetzung der Personalpolitik und -praxis

13.3. Strategische Organisationsgestaltung

- 13.3.1. Modell des *Business Partners*
- 13.3.2. *Share Services*
- 13.3.3. *Outsourcing*

13.4. HR analytics

- 13.4.1. *Big Data* und *Business Intelligence*. (BI)
- 13.4.2. Analyse und Modellierung von Personaldaten
- 13.4.3. Entwurf und Entwicklung von Metriken des Personalwesens

13.5. Strategische Führung

- 13.5.1. Führungsmodelle
- 13.5.2. *Coaching*
- 13.5.3. *Mentoring*
- 13.5.4. Transformationelle Führung

13.6. Audit und strategische Kontrolle im Personalmanagement

- 13.6.1. Gründe für die Audits
- 13.6.2. Tools zur Informationsbeschaffung und -analyse
- 13.6.3. Der Prüfbericht

Modul 14. Managementfähigkeiten

14.1. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 14.1.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 14.1.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 14.1.3. Kommunikationsbarrieren

14.2. Kommunikation und Führung

- 14.2.1. Leadership und Führungsstile
- 14.2.2. Motivation
- 14.2.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0

14.3. Persönliches Branding

- 14.3.1. Strategien für persönliches Branding
- 14.3.2. Regeln des *Personal Branding*
- 14.3.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

14.4. Team-Management

- 14.4.1. Arbeitsteams und Leitung von Meetings
- 14.4.2. Management von Veränderungsprozessen
- 14.4.3. Leitung multikultureller Teams
- 14.4.4. *Coaching*

14.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 14.5.1. Wirksame Verhandlungstechniken
- 14.5.3. Interpersonelle Konflikte
- 14.5.3. Interkulturelle Verhandlung

14.6. Emotionale Intelligenz

- 14.6.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 14.6.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 14.6.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache

14.7. Beziehungskapital: Coworking

- 14.7.1. Management des Humankapitals
- 14.7.2. Leistungsanalyse
- 14.7.3. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
- 14.7.4. Innovation im Personalmanagement

14.8. Zeitmanagement

- 14.8.1. Planung, Organisation und Kontrolle
- 14.8.2. Methodik des Zeitmanagements
- 14.8.3. Aktionspläne
- 14.8.4. Instrumente für effektives Zeitmanagement

Modul 15. Strategy in Marketing management

15.1. Marketing management

- 15.1.1. *Positionierung und Wertschöpfung*
- 15.1.2. Marketingausrichtung und Positionierung des Unternehmens
- 15.1.3. Strategisches Marketing vs. Operatives Marketing
- 15.1.4. Zielsetzungen im Marketingmanagement
- 15.1.5. Integrierte Marketingkommunikation

15.2. Die Rolle des strategischen Marketings

- 15.2.1. Wichtigste Marketingstrategien
- 15.2.2. Segmentierung, *Zielgruppenansprache* und Positionierung
- 15.2.3. Strategisches Marketing-Management

15.3. Dimensionen der Marketingstrategie

- 15.3.1. Erforderliche Ressourcen und Investitionen
- 15.3.2. Grundlagen des Wettbewerbsvorteils
- 15.3.3. Wettbewerbsverhalten des Unternehmens
- 15.3.4. *Focus Marketing*

15.4. Strategien zur Entwicklung neuer Produkte

- 15.4.1. Kreativität und Innovation im Marketing
- 15.4.2. Generierung und Filterung von Ideen
- 15.4.3. Analyse der wirtschaftlichen Tragfähigkeit
- 15.4.4. Entwicklung, Markterprobung und Kommerzialisierung

15.5. Preispolitik

- 15.5.1. Kurz- und langfristige Ziele
- 15.5.2. Arten der Preisbestimmung
- 15.5.3. Faktoren, die die Preisbestimmung beeinflussen

15.6. Werbestrategien und merchandising

- 15.6.1. Werbemanagement
- 15.6.2. Kommunikations- und Medienplan
- 15.6.3. *Merchandising* als Marketingtechnik
- 15.6.4. *Visual Merchandising*

15.7. Vertriebs-, Expansions- und Vermittlungsstrategien

- 15.7.1. Outsourcing des Außendienstes und des Kundendienstes
- 15.7.2. Handelslogistik bei der Verwaltung des Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen
- 15.7.3. Verwaltung des Verkaufszyklus

15.8. Entwicklung des Marketingplans

- 15.8.1. Analyse und Diagnose
- 15.8.2. Strategische Entscheidungen
- 15.8.3. Operative Entscheidungen

Modul 16. Unternehmensstrategie und operative Strategie

16.1. Neue Szenarien im Supply Chain Management

- 16.1.1. Management in multikulturellen Umgebungen
- 16.1.2. Innovation im SCM-Bereich
- 16.1.3. Nachfrageorientierung durch flexible Abläufe
- 16.1.4. In Japan verwendete Philosophien und Techniken

16.2. Überblick über das Supply Chain Management

- 16.2.1. Chancen und Risiken des SCM
- 16.2.2. Strategische Gestaltung der *Supply Chain*
- 16.2.3. Tendenzen

16.3. Operative Strategie

- 16.3.1. Einführung in die Strategie und die strategischen Ebenen
- 16.3.2. Prozessmanagement
- 16.3.3. Verwaltung der Bestände

16.4. Entscheidungsfindung in der Logistik

- 16.4.1. Entscheidungsanalyse
- 16.4.2. Management und allgemeine Betriebsplanung
- 16.4.3. Risikomanagement in SC
- 16.4.4. *Hard und Soft-Entscheidungsfindung*

16.5. Lean operations strategy

- 16.5.1. Strategische Synergien mit funktionalen Bereichen
- 16.5.2. Logistikunternehmen
- 16.5.3. Prozess-Produkt-Matrix

16.6. Strategisches Einkaufsmanagement

- 16.6.1. Neue Herausforderungen in Einkauf, *Sourcing* und Beschaffungswesen
- 16.6.2. Die Rolle des Einkaufs im Unternehmen und in der Lieferkette
- 16.6.3. Die Funktion des Einkaufs als Ressourcenlieferant
- 16.6.4. Rechtliche Aspekte der Einkaufsfunktion

16.7. Strategische Beschaffung

- 16.7.1. Auswahl und Entwicklung von Lieferanten
- 16.7.2. Wertschöpfung durch strategische Beschaffung
- 16.7.3. Logistikunternehmen in der Beschaffung

16.8. Design der Einkaufsstrategie

- 16.8.1. Externalisierung
- 16.8.2. Outsourcing von Prozessen
- 16.8.3. Globalisierung
- 16.8.4. Standortverlagerung

Modul 17. *Business & International Strategy*

17.1. Business & International Strategy

- 17.1.1. Internationalisierung
- 17.1.2. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 17.1.3. Internationales Währungssystem

17.2. Strategisches Management von internationalen Unternehmen

- 17.2.1. Internationalisierung in der neuen Weltordnung
- 17.2.2. Einfluss der Kultur auf das internationale Geschäft
- 17.2.3. Auswahl der Märkte und Länder
- 17.2.4. Auslagerung und *Offshoring*

17.3. Strategien zur Internationalisierung

- 17.3.1. Gründe und Voraussetzungen für den Eintritt in ausländische Märkte
- 17.3.2. Strategische Allianzen im Prozess der internationalen Expansion
- 17.3.3. Wege zur Erschließung neuer internationaler Märkte

17.4. Entscheidungen zur Internationalisierung

- 17.4.1. Marktforschung und Entscheidungsfindung
- 17.4.2. Wahl des Standorts und der Betriebsart
- 17.4.3. Wahl der richtigen Rechtsform

17.5. Etappen des Internationalisierungsprozesses

- 17.5.1. Analyse der internationalen Nachfrage
- 17.5.2. Diagnose des Exportpotenzials
- 17.5.3. Planung der Internationalisierung
- 17.5.4. Etappen des Exports

17.6. Internationalisierung je nach Art des Unternehmens

- 17.6.1. Produktunternehmen und Dienstleistungsunternehmen
- 17.6.2. Internationalisierte und multinationale Unternehmen
- 17.6.3. KMU und ihr Internationalisierungsmodell

17.7. Hindernisse für die Internationalisierung

- 17.7.1. Gesetzliche Einschränkungen
- 17.7.2. Logistische, finanzielle und kommerzielle Hindernisse
- 17.7.3. Hindernisse für Direktinvestitionen

17.8. Interkulturelles Management

- 17.8.1. Die kulturelle Dimension des internationalen Managements
- 17.8.2. Globalisierung in der Unternehmensführung
- 17.8.3. Interkulturelle Führung



Ein hochkarätiges Programm, in dem Sie die aktuellsten Informationen des Sektors erhalten werden"



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.

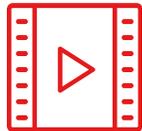
In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen 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.



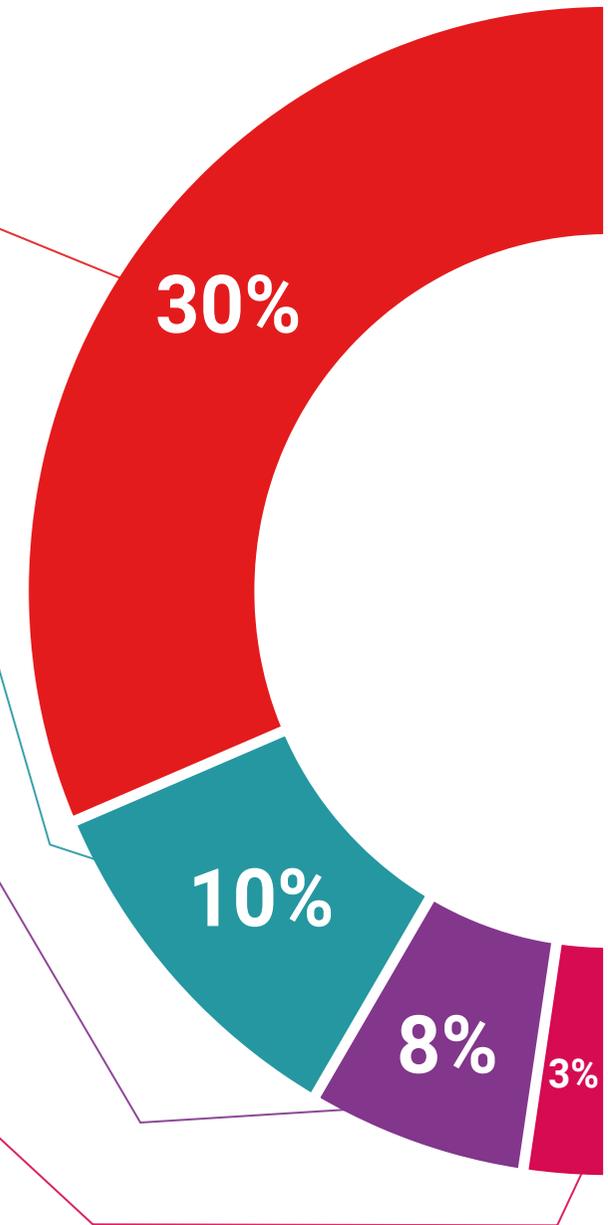
Praxis der Managementfähigkeiten

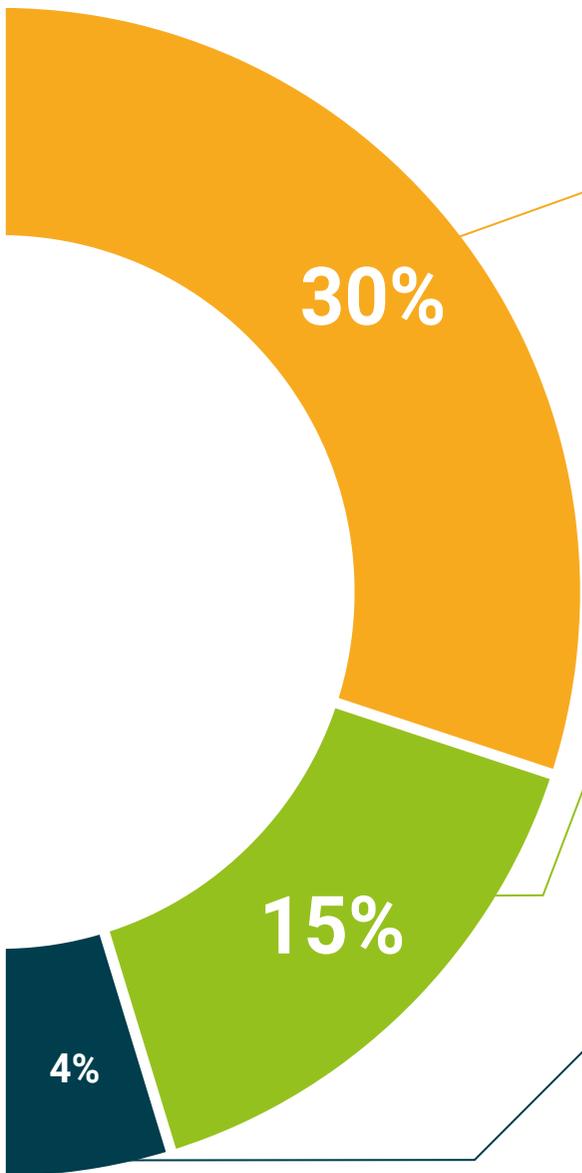
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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

Unser Weiterbildender Masterstudiengang in Strategisches Senior Management 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.





“

Wir suchen Fachleute mit umfassender Erfahrung, die sich auf einen Sektor spezialisieren möchten, der auf geschäftlicher Ebene unverzichtbar ist"

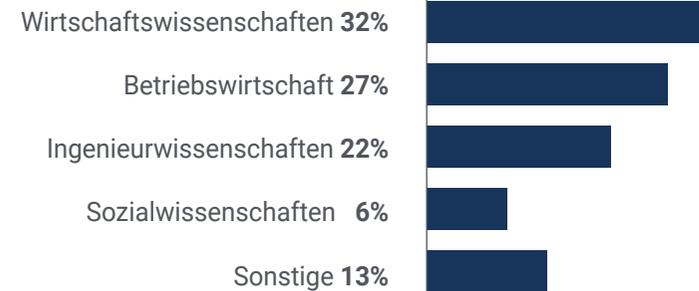
Durchschnittliches Alter

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

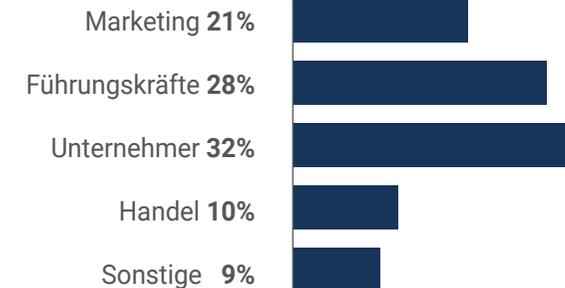
Jahre der Erfahrung



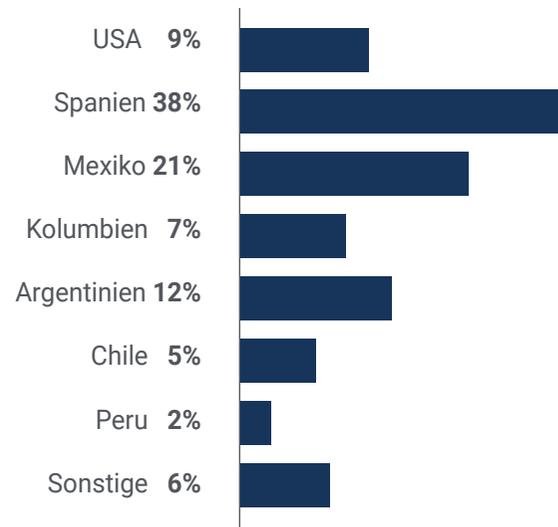
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Manuel Megolla

Geschäftsführer eines multinationalen Unternehmens

„Die Teilnahme an diesem Programm von TECH war für die Verbesserung meiner Fähigkeiten und damit für mein Selbstvertrauen in meine berufliche Entwicklung unerlässlich. Anfangs dachte ich, es wäre unmöglich, diesen weiterbildenden Masterstudiengang mit meiner Arbeit und meinem Privatleben zu vereinbaren. Aber das 100%ige Online-Format hat mir dabei geholfen. Ich kann dieses Programm auf jeden Fall allen empfehlen, die sich auf strategische Unternehmensführung spezialisieren möchten“

09

Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten für strategisches Unternehmensmanagement, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung die den weiterbildenden Masterstudiengang interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



“

*Unser Lehrteam wird Ihnen alle Schlüssel
zum Erfolg Ihres Unternehmens vermitteln"*

Internationaler Gastdirektor

Ilias Jumadilov ist ein führender internationaler Fachmann mit umfassender Erfahrung in Europa, Asien und Amerika. Der Schwerpunkt seiner Laufbahn lag auf Management, Strategie und Geschäftsentwicklung, wobei er in verschiedenen Regionen beachtliche Erfolge erzielte.

So war er als Direktor für Unternehmensstrategie bei Schneider Electric tätig, wo er den globalen Strategieprozess und die Plattform geleitet hat. In diesem Zusammenhang hat er mit seinem innovativen Ansatz neue Wachstumschancen im Wert von über 100 Milliarden Euro identifiziert und war maßgeblich an der Entwicklung von Prognosemodellen und der Bereitstellung strategischer Erkenntnisse beteiligt, die die Wettbewerbsposition des Unternehmens gestärkt haben.

Außerdem war er bei demselben Unternehmen als Direktor für den internationalen Vertrieb und Europa tätig, wo er in mehreren Ländern die Umstrukturierung des Unternehmens leitete und Vertriebsorganisationen einrichtete, die die Effizienz und Produktivität erheblich steigerten. Mehr als 10.000 Vertriebsmitarbeiter auf der ganzen Welt haben sich seine Fähigkeit, wichtige Vertriebsprozesse zu implementieren, und seinen Fokus auf die Segmentierung des Kundenportfolios zu eigen gemacht und damit seinen Ruf als führendes Unternehmen im Bereich Vertrieb und digitale Transformation gefestigt.

Zusätzlich zu seiner Karriere bei Schneider Electric hat Ilias Jumadilov Startups zu wichtigen Themen wie künstliche Intelligenz, Metaverse und internationale Geschäfte beraten, wobei er sein tiefes Wissen über KI-Geschäftsanwendungen und seine Fähigkeit, Wettbewerbsstrategien zu lenken, eingebracht hat. Aufgrund seiner Blockchain-Expertise war er Mitbegründer des zentralasiatischen Blockchain-Netzwerks und hat maßgeblich zur Gesetzgebung für digitale Währungen in Kirgisistan beigetragen. Darüber hinaus ist seine Arbeit für das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) und andere Organisationen für ihre Wirkung und Relevanz im technologischen und wirtschaftlichen Bereich bekannt.



Dr. Jumadilov, Ilias

- Direktor für Unternehmensstrategie bei Schneider Electric, Boston und Hongkong
- Berater für Startups in den Bereichen künstliche Intelligenz, Metaverse und internationale Unternehmen
- Direktor für internationalen Vertrieb & Europa bei Schneider Electric, Barcelona und Almaty
- Produkt- und Marketingmanager bei Schneider Electric, Grenoble
- Mitbegründer der Central Asia Blockchain Network Association
- Masterstudiengang in Wirtschaftswissenschaften von der Universität Grenoble Alpes, Frankreich
- Universitätskurs in Unternehmertumstechnologie der Universität von Stanford, USA
- Hochschulabschluss in Wirtschaft und Management, Nationale Staatliche Universität von Kirgisistan

“

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

Leitung



Dr. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ Forscher am CLIC-Observatorium - Internationales Zentrum für kontinuierliche Innovation
- ♦ Koordination der Abteilung für Sozialwissenschaften - Schule San Gabriel. Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professor für Philosophie in einem privat subventionierten Bildungszentrum. San Gabriel Schule Alcalá de Henares, Madrid
- ♦ Professor für Problemorientiertes Lernen an der Technischen Universität von Loja (UTPL) 2019
- ♦ Promotion in Philosophie an der Universität Complutense in Madrid



10

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 stellt TECH dem Studenten all ihre Bemühungen und Mittel zur Verfügung, damit er die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten erwerben kann, um diese Veränderung zu erreichen.



“

Wir stellen Ihnen alle unsere Ressourcen akademische zur Verfügung, um Ihnen zu helfen, die von Ihnen gewünschte berufliche Veränderung zu erreichen"

Eine höhere Spezialisierung ist für die Beförderung am Arbeitsplatz unerlässlich. Bei TECH sind wir uns dessen bewusst und haben dieses hochwertige Programm entwickelt, um Ihnen zu einer beruflichen Verbesserung zu verhelfen.

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

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Strategisches Senior Management der TECH Technologischen Universität ist ein intensiver Studiengang, der den Studenten darauf vorbereitet, unternehmerische Herausforderungen und Entscheidungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen ihm, 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.

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, bei TECH zu studieren. Sie werden eine einzigartige Gelegenheit erhalten, Ihre Beschäftigungsfähigkeit zu verbessern.

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.



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Strategisches Senior Management trägt dazu bei, dass die Talente der Organisation durch die Spezialisierung hochrangiger Führungskräfte ihr volles Potenzial entfalten können. Die Teilnahme an diesem akademischen Programm wird Sie also nicht nur persönlich, sondern vor allem auch beruflich weiterbringen, indem Sie sich weiterbilden und Ihre Managementfähigkeiten verbessern. 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

Der Student 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

Der Student wird in der Lage sein, in Zeiten der Ungewissheit und der Krise Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

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



05

Entwicklung Ihrer eigenen Projekte

Der Student wird in der Lage sein, an einem realen Projekt zu arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung seines Unternehmens zu entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

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

12

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Strategisches Senior Management 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 Strategisches Senior Management** 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 Strategisches Senior Management

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 Strategisches Senior Management

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

Weiterbildender Masterstudiengang Strategisches Senior Management

