

Privater Masterstudiengang

MBA in Management von Bildungszentren



Privater Masterstudiengang MBA in Management von Bildungszentren

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/bildung/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-bildungszentren

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Kursleitung

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

Seite 38

06

Methodik

Seite 46

07

Qualifizierung

Seite 54

01

Präsentation

Der MBA in Management von Bildungszentren zielt auf die berufliche Fortbildung von Hochschulabsolventen ab, die sich die notwendigen Fähigkeiten für das Management und die Verwaltung von Bildungszentren aneignen wollen. Teamarbeit, Führung, Kommunikation und Innovation sind die wichtigsten Fähigkeiten, die der Student am Ende des Masterstudiengangs erworben haben wird. Die Globalisierung, der Multikulturalismus, die Vielfalt und die komplexen Situationen, mit denen Lehrer im Klassenzimmer konfrontiert sind, rechtfertigen eine spezialisierte Ausbildung in Bezug auf Ressourcen und Werkzeuge für die friedliche und dialogorientierte Lösung von Konflikten, die im Bildungszentrum in allen Kontexten auftreten können: im familiären, sozialen und erzieherischen Bereich.



“

Dieses Programm, MBA in Management von Bildungszentren, wird Ihnen ein Gefühl der Sicherheit in der Ausübung Ihres Berufes vermitteln, das Ihnen hilft, persönlich und beruflich zu wachsen"

Ebenso zeichnet sich der MBA in Management von Bildungszentren durch das Wissen aus, das mit dem Ziel erworben wird, das Lernumfeld und das allgemeine Zusammenleben aller Menschen zu verbessern. Er ermöglicht es, den emotionalen Zustand, das Selbstwertgefühl, die Motivation, die Anpassungsfähigkeit, das Durchhaltevermögen, das Einfühlungsvermögen, die Entscheidungsfindung, die verzögerte Belohnung, die Zusammenarbeit, die Teamarbeit, die Konfliktvermeidung und das Management zu verstehen und zu verbessern.

Diese Spezialisierung ermöglicht es den Fachleuten in diesem Bereich, ihre Spezialisierung steigern, was zu einer besseren Praxis und einem besseren Handeln führt, das sich direkt auf die pädagogische Behandlung, die Verbesserung des Bildungssystems und den sozialen Nutzen für die gesamte Gemeinschaft auswirkt.

Der MBA in Management von Bildungszentren wird die Studenten zu Folgendem befähigen

- ♦ Erwerben einer spezialisierten Ausbildung im Management von Bildungszentren und -einrichtungen
- ♦ Beaufsichtigen, Inspizieren und Beraten der Bildungsgemeinschaft über den Managementplan des Zentrums
- ♦ Koordinieren der verschiedenen Abteilungen eines Bildungszentrums
- ♦ Leiten eines pädagogischen Innovationsplans, eines Verbesserungsplans und eines Koexistenzplans

Diese Aktualisierung ermöglicht es den Fachleuten in diesem Bereich, ihre Spezialisierung steigern, was zu einer besseren Praxis und einem besseren Handeln führt, das sich direkt auf die pädagogische Behandlung, die Verbesserung des Bildungssystems und den sozialen Nutzen für die gesamte Gemeinschaft auswirkt

Dieser **MBA in Management von Bildungszentren** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von mehr als 75 Fallstudien, präsentiert von Experten für das Management von Bildungszentren
- ♦ Sein anschaulicher, schematischer und äußerst praktischer Inhalt liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neuheiten in der Verwaltung von Bildungszentren
- ♦ Enthält praktische Übungen, mittels welcher der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Mit besonderem Schwerpunkt auf innovativen Methoden im Management von Bildungszentren
- ♦ Ergänzt wird dies durch theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem, festen oder tragbaren Gerät, mit Internetanschluss



Aktualisieren Sie Ihr Wissen durch den MBA in Management von Bildungszentren"



Dieser MBA in Management von Bildungszentren ist aus zwei Gründen die beste Investition, die Sie bei der Wahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können: Neben der Aktualisierung Ihrer Kenntnisse im Management von Bildungszentren erhalten Sie einen Abschluss von der TECH Global University"

Zu den Lehrkräften gehören Fachleute aus dem Bereich des Managements von Bildungszentren, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Dank seiner multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, wird es der Fachkraft ermöglicht, in einer situierten und kontextbezogenen Weise zu lernen, d. h. in einer simulierten Umgebung, die ein immersives Lernen ermöglicht und für die Fortbildung in realen Situationen entwickelt wurde.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Bildungsmanager versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des Programms auftreten. Dazu steht ihm ein innovatives interaktives Videosystem zur Verfügung, das von anerkannten Experten auf dem Gebiet des Managements von Bildungszentren mit umfangreicher Lehrerfahrung entwickelt wurde.

Steigern Sie Ihr Selbstvertrauen bei der Entscheidungsfindung, indem Sie Ihr Wissen in diesem MBA in Management von Bildungszentren auf den neuesten Stand bringen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte in MBA in Management von Bildungszentren zu informieren und die Fortbildung Ihrer Studenten zu verbessern.



02 Ziele

Der MBA in Management von Bildungszentren zielt darauf ab, die Qualifikation von Lehrkräften zu erweitern, die sich auf die Leitung von öffentlichen, privaten oder staatlich subventionierten Bildungseinrichtungen vorbereiten möchten.



“

Dieser MBA soll Ihnen dabei helfen, Ihr Wissen im Bereich des Managements von Bildungszentren auf den neuesten Stand zu bringen, indem Sie die neuesten Bildungstechnologien nutzen, um mit Qualität und Sicherheit zur Entscheidungsfindung als Manager von Bildungszentren beizutragen"



Allgemeine Ziele

- ♦ Kennen der strukturellen Merkmale und Hauptprobleme von Bildungseinrichtungen
- ♦ Kennen der neuen Modelle des Bildungsmanagements
- ♦ Kennen der neuen Herausforderungen des aktuellen Bildungssystems
- ♦ Kennen der Modelle und Prozesse der Schulorganisation
- ♦ Verstehen der allgemeinen und organisatorischen Struktur von Schulen
- ♦ Kennen der Profile und Stile von Management und Organisation in den verschiedenen Bildungssystemen
- ♦ Lernen, die Entwicklung und Umsetzung eines Schulmanagementplans zu verwalten und zu leiten
- ♦ Wissen, wie man die Definition und Ausarbeitung des Bildungsprojekts des Zentrums nach den Kriterien der Qualitätsverbesserung, der Beachtung der Vielfalt, des Zusammenlebens und der Vorbeugung von Lernproblemen verwaltet und leitet
- ♦ Ermitteln der Funktion der verschiedenen unipersonellen und kollegialen Organe des Zentrums
- ♦ Erkennen von Faktoren des Wandels und des Widerstands gegen Veränderungen in einer Bildungseinrichtung und in der Lage sein, diese effektiv zu bewältigen
- ♦ Kennen der Prozesse der Interaktion und Kommunikation im Zentrum und in der Lage zu sein, in Konfliktsituationen Lösungen anzubieten
- ♦ Erwerben der notwendigen Werkzeuge für Teamarbeit, Verhandlung und Schlichtung
- ♦ Kennen der Begriffe Kultur, Klima und Werte und in der Lage sein, sie in einer Bildungseinrichtung entsprechend seiner Merkmale zu spezifizieren und zu definieren





Spezifische Ziele

Modul 1. Pädagogische Führungsqualitäten und Managementfähigkeiten

- ♦ Kennen der Aufgaben des Direktors einer Bildungseinrichtung
- ♦ Kennen der Funktionen, Aufgaben und Zuständigkeiten der Leitungsgremien der Einrichtung
- ♦ Mündliche Ausdrucksfähigkeit als eine im Klassenzimmer zu entwickelnde Kompetenz aufzeigen
- ♦ Erwerb von emotionaler Intelligenz, Führungs- und Managementfähigkeiten
- ♦ Verständnis für die Bedeutung der richtigen Einstellung eines Managers als Führungspersönlichkeit

Modul 2. Organisation und strategisches Management von Bildungseinrichtungen

- ♦ Verstehen der verschiedenen Ebenen eines Bildungszentrums
- ♦ Analyse der unterschiedlichen Bildungssysteme in verschiedenen Ländern
- ♦ Schätzen des Bildungszentrums als Institution und Organisation
- ♦ Über die konstitutiven Dimensionen der Schulorganisation nachdenken
- ♦ Aufzeigen der verschiedenen Modelle von Bildungsorganisationen
- ♦ Entdecken der verschiedenen Ansätze von Bildungseinrichtungen
- ♦ Über die Schule als lernende Organisation nachdenken
- ♦ Überprüfen der Verwaltungskriterien für die gesamte Bildungsgemeinschaft
- ♦ Lernen, wie man die Repräsentationssysteme von Lehrern und Schülern analysiert

Modul 3. Leitung und Verwaltung der administrativen und finanziellen Ressourcen

- ♦ Festlegen der Kriterien für die Verwaltung von materiellen und immateriellen Ressourcen
- ♦ Identifizieren des für die Bildungseinrichtung geltenden Verwaltungsprozesses
- ♦ Verstehen der Bedeutung von Budgetierung und Investitionen
- ♦ Untersuchen der Frage, wie Transparenz in der Verwaltung aussehen sollte
- ♦ Verstehen wie eine Bildungseinrichtung verwaltungstechnisch geführt werden sollte

Modul 4. Leitung und Management des Personalwesens. Zwischenmenschliche Kommunikation

- ♦ Ermitteln der geeigneten Profile von Lehrern für die verschiedenen Positionen in der Verwaltungsabteilung
- ♦ Beschreiben der Art, der Ziele und der Ressourcen der Schule
- ♦ Festlegen der Kriterien für die Gestaltung des Arbeitstages der Lehrkräfte
- ♦ Identifizieren und Verstehen der verschiedenen Arten von Vertragsmodellen

Modul 5. Regulatorischer Rahmen und Umsetzungsstrategien in Bildungseinrichtungen

- ♦ Verstehen des rechtlichen Rahmens eines Bildungszentrums
- ♦ Analysieren der Schule als Institution und als Organisation
- ♦ Identifizieren des Binoms Schule-Familie als wichtige Säulen der Bildung
- ♦ Analysieren der verschiedenen Arten von institutionellen Dokumenten einer Institution
- ♦ Beherrschen der unterschiedlichen Implementierungs- und Designstrategien

Modul 6. Innovation und Bildungsforschung. Vergleichendes Analysieren von Bildungsmodellen

- ♦ Präsentieren der Merkmale der Schulen der Zukunft
- ♦ Entwickeln eines innovativen Bildungsprojekts
- ♦ Untersuchen der Schlüsselfaktoren der Bildungsinnovation
- ♦ Ausarbeiten eines Plans für die Entwicklung der technologischen Innovation
- ♦ Vorstellen des neuen Paradigmas der Bildung
- ♦ Aufzeigen der Prozesse der Unterrichtsübertragung
- ♦ Definieren des Konzepts des neurolinguistischen Programmierens
- ♦ Erklären der Grundlagen von NLP
- ♦ Erklären der Gehirnhälften und ihre Beziehung zum Lernen

Modul 7. Qualitätsmanagement. Bewertung der Verbesserungspläne des Zentrums. Entwurf von Exzellenzplänen

- ♦ Definieren des Managementprojekts
- ♦ Präsentieren der gemeinsamen Arbeit als Mittel für Vielfalt und integrative Bildung
- ♦ Vorschlagen der Grundsätze der Berücksichtigung von Diversität
- ♦ Nachdenken über die Erstellung von Programmen entsprechend den Bedürfnissen des Bildungszentrums
- ♦ Erwerben von Kenntnissen über hohe intellektuelle Fähigkeiten
- ♦ Analysieren der Bedeutung der anfänglichen, kontinuierlichen und abschließenden Lernbewertung

Modul 8. Bildungsmarketing, kommerzielles Management und externe Werbung

- ♦ Verstehen der Bedeutung von Wettbewerbsvorteilen bei der Promotion
- ♦ Analysieren und Anwenden verschiedener Elemente des Brandings für Bildungseinrichtungen
- ♦ Vertiefen der Anwendung des Disney-Modells in der Bildungseinrichtung
- ♦ Identifizieren, wie man eine Kampagne zur Promotion durchführt
- ♦ Die Figur des Kunden in einer Bildungseinrichtung

Modul 9. IKT als Management- und Planungsinstrument

- ♦ Fördern der Teilnahme der gesamten Bildungsgemeinschaft an Chats und digitalen Foren
- ♦ Lernen, mit IKT-Ressourcen im Klassenzimmer zu arbeiten
- ♦ Vertiefen der Nutzung von sozialen Netzwerken im Klassenzimmer
- ♦ Identifizieren der verschiedenen Tools zur Aufgabenverwaltung
- ♦ Beherrschen der Alexia-Anwendung und ihre Implementierung in der Bildungseinrichtung

Modul 10. Teamarbeit, Gruppendynamik und Konfliktlösung

- ♦ Rechtfertigen der Motivation im Klassenzimmer als treibende Kraft für das Lernen
- ♦ Entwickeln der Grundlagen für eine Zusammenarbeit
- ♦ Berücksichtigen von Co-Assessments für Gruppen und Einzelpersonen
- ♦ Entwickeln eines Plans zur Prävention von Gewalt im Klassenzimmer
- ♦ Ergreifen von Maßnahmen zur friedlichen Beilegung von Konflikten
- ♦ Vermitteln der Aufmerksamkeit für individuelle Unterschiede als erstes und letztes Ziel
- ♦ Verwalten und Betreuen von digitalen Foren

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- ♦ Analysieren der Auswirkungen der Globalisierung auf die Unternehmensführung und Corporate Governance
- ♦ Beurteilen der Bedeutung einer effektiven Führung für das Management und den Erfolg von Unternehmen
- ♦ Definieren von interkulturellen Managementstrategien und deren Bedeutung in unterschiedlichen Geschäftsumgebungen
- ♦ Entwickeln von Führungsqualitäten und Verstehen der aktuellen Herausforderungen für Führungskräfte
- ♦ Bestimmen der Prinzipien und Praktiken der Unternehmensethik und deren Anwendung bei der Entscheidungsfindung in Unternehmen
- ♦ Strukturieren von Strategien zur Umsetzung und Verbesserung von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in Unternehmen



Modul 12. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- ♦ Analysieren der makroökonomischen Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf das nationale und internationale Finanzsystem
- ♦ Definieren von Informationssystemen und Business Intelligence für die finanzielle Entscheidungsfindung
- ♦ Unterscheiden wichtiger finanzieller Entscheidungen und Risikomanagement im Finanzmanagement
- ♦ Bewerten von Strategien für die Finanzplanung und die Beschaffung von Unternehmensfinanzierung

Modul 13. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- ♦ Strukturieren des konzeptionellen Rahmens und der Bedeutung des Marketingmanagements in Unternehmen
- ♦ Vertiefen der Schlüsselemente und Aktivitäten des Marketings und ihrer Auswirkungen auf die Organisation
- ♦ Bestimmen der Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- ♦ Bewerten von Strategien zur Verbesserung der Unternehmenskommunikation und des digitalen Rufs des Unternehmens

Modul 14. Geschäftsleitung

- ♦ Definieren des Konzepts des General Management und seiner Bedeutung für die Unternehmensführung
- ♦ Bewerten der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Managements in der Organisationskultur
- ♦ Analysieren der Bedeutung von Betriebsmanagement und Qualitätsmanagement in der Wertschöpfungskette
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten zur zwischenmenschlichen Kommunikation und zum Sprechen in der Öffentlichkeit für die Ausbildung von Pressesprechern

03

Kompetenzen

Mit dem MBA in Management von Bildungszentren erwerben Sie die notwendigen Fähigkeiten, um als Manager von Schulen, Akademien, Instituten und anderen Bildungszentren zu arbeiten. Sie werden lernen, erfolgreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Schulgemeinschaft zu planen, zu fördern und zu bewerten.



“

Mit diesem Programm werden Sie in der Lage sein, neue Methoden und Strategien im MBA in Management von Bildungszentren zu beherrschen“



Allgemeine Kompetenzen

- ♦ Erwerben der notwendigen Kenntnisse über die Managementprozesse von Bildungszentren, die es ermöglichen, die Mechanismen und Verfahren der Organisation, Planung, Durchführung, Überwachung und Bewertung der Ergebnisse in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen von Bildungseinrichtungen zu verstehen und zu entwickeln
- ♦ Bereitstellen der grundlegenden Strategien und Instrumente, um ein innovatives Management zu praktizieren, das Bildungsqualität erzeugt
- ♦ Integrieren der Werte und Einstellungen, die die Ausübung einer effektiven Führung von Bildungseinrichtungen und das Bewältigen von Veränderungen erleichtern
- ♦ Vermitteln der notwendigen Techniken und Fähigkeiten, die für die Führung und das Management von Menschen in Bildungseinrichtungen erforderlich sind, zum Nutzen der gesamten Bildungsgemeinschaft und ihrer vielfältigen Handlungsumgebungen
- ♦ Unterscheiden der methodischen Alternativen, die ein kollaboratives Management ermöglichen, das die kooperative und partizipative Arbeit in Bildungseinrichtungen fördert
- ♦ Auswählen und Entwickeln verschiedener Formen von Informationen, um sie in den Managementprozessen von Bildungszentren angemessen einzusetzen
- ♦ Kennen der aktuellen nationalen und internationalen Bildungsgesetze und -vorschriften und wissen, wie sie bei der Leitung und Verwaltung von Bildungseinrichtungen anzuwenden sind
- ♦ Erkennen, Auswählen und Bewerten der Interaktions- und Kommunikationsverfahren einer Bildungseinrichtung, sowohl intern als auch extern
- ♦ Fördern, Integrieren und Analysieren der grundlegenden Fähigkeiten und Fertigkeiten, um die Koexistenz in verschiedenen Bildungsumgebungen zu fördern und mögliche Konflikte effizient zu lösen





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Kennen der Systeme des Schulmanagements und der Schulverwaltung in verschiedenen Ländern
- ♦ Kennen der grundlegenden Elemente des Managementteams eines Bildungszentrums
- ♦ Verstehen der Funktionen der einzelnen Mitglieder des Managementteams
- ♦ Verstehen der Rolle des Schulleiters als Führungskraft der Organisation
- ♦ Schärfen des Bewusstseins für kontinuierliche Schulung oder *Lifelong Learning* in einer sich wandelnden Gesellschaft und Sensibilisieren der gesamten Bildungsgemeinschaft dafür
- ♦ Verinnerlichen und Übernehmen des Konzepts des Bildungswesens als eine neue Organisation, die sich vom traditionellen Konzept der Schule entfernt
- ♦ In der Lage sein, einen Managementplan in Übereinstimmung mit den Bedürfnissen ihres Bildungszentrums zu führen
- ♦ In der Lage sein, die Schule als Institution und als Organisation zu verstehen
- ♦ Verstehen der Schule als lernende Organisation
- ♦ In der Lage sein, Lehrern kooperatives Arbeiten als Mittel zum Lernen und zur Vorbereitung auf die Arbeitswelt verständlich zu machen
- ♦ In der Lage sein, einen pädagogischen Innovationsplan in der Schule zu leiten
- ♦ In der Lage sein, der gesamten Bildungsgemeinschaft, einschließlich der Familien, die Aufmerksamkeit für Vielfalt und integrative Bildung als gemeinsame Philosophie des Zentrums zu vermitteln
- ♦ In der Lage sein, einen Koexistenzplan zu führen
- ♦ Verstehen der friedlichen Konfliktlösung durch Dialog
- ♦ Ermutigen der Lehrkräfte, IKT als Lernmittel in ihren Unterricht einzubeziehen
- ♦ Interpretieren und Anwenden der Dokumente, die sich auf die Verwaltung der Ressourcen des Bildungszentrums beziehen; sowohl für die Leitung und Verwaltung der Humanressourcen als auch für die administrative, wirtschaftliche und materielle Verwaltung des Zentrums
- ♦ Identifizieren und Bewerten der Verwendung der verschiedenen Arten und Hilfsmittel von Informations- und Computermaterial, die sich auf das Management von Bildungszentren auswirken, in verschiedenen Kontexten
- ♦ Analysieren und Kontrastieren der Kompetenzen, Funktionen und Aufgaben des Managements von Bildungszentren in ihren verschiedenen Tätigkeitsbereichen und -umgebungen, insbesondere in Bezug auf das Lehrpersonal sowie das Verwaltungs- und Dienstleistungspersonal des Zentrums
- ♦ Fördern einer strategischen Ausrichtung in den verschiedenen Bereichen oder Sphären des Schulmanagements
- ♦ Verstehen, Analysieren und Beschreiben von verschiedenen Bildungsmodellen im internationalen Umfeld und im Hinblick auf unterschiedliche Kulturen, soziale Kontexte und Lehr- und Lernmethoden

04

Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehören führende Experten die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte berufliche Fachkräfte an der Konzeption und Ausarbeitung beteiligt, die das Programm auf interdisziplinäre Weise vervollständigen. Eine einmalige Gelegenheit für Studenten, sich in einem Sektor zu spezialisieren, in dem eine hohe Nachfrage nach Fachkräften besteht, unterrichtet von Experten mit jahrelanger Erfahrung in diesem Bereich.





“

Lernen Sie alle Aspekte des Managements und der Führung im Bildungswesen aus der Erfahrung von Fachleuten, die Experten in diesem Berufsfeld sind"

Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler Talentakquisitionsteams ist Jennifer Dove eine Expertin für Personalbeschaffung und Strategie im Technologiebereich. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie leitende Positionen in verschiedenen Technologieorganisationen von Fortune-50-Unternehmen inne, darunter NBC Universal und Comcast. Ihre Erfolgsbilanz hat es ihr ermöglicht, sich in wettbewerbsintensiven, wachstumsstarken Umgebungen auszuzeichnen.

Als Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard ist sie für die Überwachung der Strategie und Durchführung des Talent Onboarding verantwortlich und arbeitet mit Geschäftsführern und Personalleitern zusammen, um operative und strategische Einstellungsziele zu erreichen. Ihr Ziel ist es insbesondere, vielfältige, integrative und leistungsstarke Teams aufzubauen, die die Innovation und das Wachstum der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorantreiben. Darüber hinaus ist sie Expertin für den Einsatz von Instrumenten zur Gewinnung und Bindung der besten Mitarbeiter aus aller Welt. Zudem ist sie für die Stärkung der Arbeitgebermarke und des Wertversprechens von Mastercard durch Publikationen, Veranstaltungen und soziale Medien verantwortlich.

Jennifer Dove hat ihr Engagement für eine kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung unter Beweis gestellt, indem sie sich aktiv an Netzwerken von Personalfachleuten beteiligt und zur Eingliederung zahlreicher Mitarbeiter in verschiedenen Unternehmen beigetragen hat. Nach ihrem Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami hatte sie leitende Positionen im Recruiting bei Unternehmen in verschiedenen Bereichen inne.

Darüber hinaus wurde sie für ihre Fähigkeit anerkannt, organisatorische Umgestaltungen zu leiten, Technologien in Einstellungsprozesse zu integrieren und Führungsprogramme zu entwickeln, die Einrichtungen auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Außerdem hat sie erfolgreich Wellness-Programme eingeführt, die die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter deutlich erhöht haben.



Fr. Dove, Jennifer

- Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard, New York, USA
- Direktorin für Talentakquise bei NBC Universal, New York, USA
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Comcast
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Rite Hire Advisory
- Geschäftsführende Vizepräsidentin, Verkaufsabteilung bei Ardor NY Real Estate
- Direktorin für Personalbeschaffung bei Valerie August & Associates
- Kundenbetreuerin bei BNC
- Kundenbetreuerin bei Vault
- Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami

“

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

Internationaler Gastdirektor

Rick Gauthier ist eine Führungspersönlichkeit im Technologiebereich mit jahrzehntelanger Erfahrung in **führenden multinationalen Technologieunternehmen**. Er hat sich auf dem Gebiet der **Cloud-Services** und der Verbesserung von End-to-End-Prozessen profiliert. Er gilt als äußerst effektiver Teamleiter und Manager, der ein natürliches Talent dafür hat, ein hohes Maß an Engagement bei seinen Mitarbeitern sicherzustellen.

Er ist ein Naturtalent in Sachen Strategie und Innovation in der Geschäftsführung, entwickelt neue Ideen und untermauert seinen Erfolg mit hochwertigen Daten. Seine Erfahrung bei **Amazon** hat es ihm ermöglicht, die IT-Dienste des Unternehmens in den USA zu verwalten und zu integrieren. Bei **Microsoft** leitete er ein Team von 104 Mitarbeitern, das für die Bereitstellung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur und die Unterstützung der Produktentwicklungsabteilungen im gesamten Unternehmen verantwortlich war.

Diese Erfahrung hat ihn zu einem herausragenden Manager mit bemerkenswerten Fähigkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und allgemeinen Kundenzufriedenheit gemacht.



Hr. Gauthier, Rick

- Regionaler IT-Manager - Amazon, Seattle, Vereinigte Staaten
- Senior Programm-Manager bei Amazon
- Vizepräsident bei Wimmer Solutions
- Senior Manager für technische Produktivitätsdienste bei Microsoft
- Hochschulabschluss in Cybersicherheit von der Western Governors University
- Technisches Zertifikat in *Commercial Diving* von Divers Institute of Technology
- Hochschulabschluss in Umweltstudien vom The Evergreen State College



Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

Internationaler Gastdirektor

Romi Arman ist ein renommierter internationaler Experte mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in den Bereichen **digitale Transformation, Marketing, Strategie und Beratung**. Im Laufe seiner langen Karriere hat er viele Risiken auf sich genommen und ist ein ständiger **Verfechter** von **Innovation** und **Wandel** im Geschäftsumfeld. Mit dieser Expertise hat er mit CEOs und Unternehmensorganisationen auf der ganzen Welt zusammengearbeitet und sie dazu gebracht, sich von traditionellen Geschäftsmodellen zu lösen. Auf diese Weise hat er Unternehmen wie Shell Energy geholfen, **echte Marktführer** zu werden, die sich auf ihre **Kunden** und die **digitale Welt** konzentrieren.

Die von Arman entwickelten Strategien haben eine latente Wirkung, denn sie haben es mehreren Unternehmen ermöglicht, die **Erfahrungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen zu verbessern**. Der Erfolg dieses Experten ist durch greifbare Kennzahlen wie **CSAT, Mitarbeiterengagement** in den Institutionen, für die er tätig war, und das Wachstum des **Finanzindikators EBITDA** in jeder von ihnen messbar.

Außerdem hat er in seiner beruflichen Laufbahn **Hochleistungsteams aufgebaut und geleitet**, die sogar für ihr **Transformationspotenzial** ausgezeichnet wurden. Speziell bei Shell hat er sich stets bemüht, drei Herausforderungen zu meistern: die komplexen **Anforderungen** der Kunden an die **Dekarbonisierung** zu erfüllen, eine „**kosteneffiziente Dekarbonisierung**“ zu unterstützen und eine fragmentierte **Daten-, Digital- und Technologielandschaft zu überarbeiten**. So haben seine Bemühungen gezeigt, dass es für einen nachhaltigen Erfolg unerlässlich ist, von den Bedürfnissen der Verbraucher auszugehen und die Grundlagen für die Transformation von Prozessen, Daten, Technologie und Kultur zu schaffen.

Andererseits zeichnet sich der Manager durch seine Beherrschung der **geschäftlichen Anwendungen von Künstlicher Intelligenz** aus, ein Fach, in dem er einen Aufbaustudiengang an der London Business School absolviert hat. Gleichzeitig hat er Erfahrungen im Bereich **IoT** und **Salesforce** gesammelt.



Hr. Arman, Romi

- Direktor für digitale Transformation (CDO) bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Globaler Leiter für eCommerce und Kundenservice bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Nationaler Key Account Manager (Automobilhersteller und Einzelhandel) bei Shell in Kuala Lumpur, Malaysia
- Senior Management Consultant (Finanzdienstleistungssektor) für Accenture mit Sitz in Singapur
- Hochschulabschluss an der Universität von Leeds
- Aufbaustudiengang in Geschäftsanwendungen der KI für leitende Angestellte an der London Business School
- Zertifizierung zum CCXP Customer Experience Professional
- Kurs in Digitale Transformation für Führungskräfte von IMD

“

Möchten Sie Ihr Wissen mit höchster pädagogischer Qualität aktualisieren? TECH bietet Ihnen die aktuellsten Inhalte auf dem akademischen Markt, die von authentischen Experten von internationalem Prestige entwickelt wurden"

Internationaler Gastdirektor

Manuel Arens ist ein erfahrener Experte für Datenmanagement und Leiter eines hochqualifizierten Teams. Arens ist globaler Einkaufsleiter in der Abteilung für technische Infrastruktur und Rechenzentren von Google, wo er den größten Teil seiner Karriere verbracht hat. Von Mountain View, Kalifornien, aus hat er Lösungen für die operativen Herausforderungen des Tech-Giganten erarbeitet, wie beispielsweise die **Integrität von Stammdaten**, die **Aktualisierung von Lieferantendaten** und die **Priorisierung von Lieferanten**. Er hat die Planung der Lieferkette von Rechenzentren und die Risikobewertung von Lieferanten geleitet und dabei Prozessverbesserungen und ein Workflow-Management geschaffen, die zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt haben.

Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Bereitstellung digitaler Lösungen und der Führung von Unternehmen in verschiedenen Branchen verfügt er über umfassende Erfahrung in allen Aspekten der Bereitstellung strategischer Lösungen, einschließlich **Marketing**, **Medienanalyse**, **Messung** und **Attribution**. Für seine Arbeit hat er mehrere Auszeichnungen erhalten, darunter den **BIM Leadership Preis**, den **Search Leadership Preis**, den **Preis für das Programm zur Leadgenerierung im Export** und den **Preis für das beste Vertriebsmodell von EMEA**.

Arens war auch als **Vertriebsleiter** in Dublin, Irland, tätig. In dieser Funktion baute er innerhalb von drei Jahren ein Team von 4 auf 14 Mitarbeiter auf und führte das Vertriebsteam so, dass es Ergebnisse erzielte und gut miteinander und mit funktionsübergreifenden Teams zusammenarbeitete. Außerdem war er als **Senior Industrieanalyst** in Hamburg tätig und erstellte Storylines für über 150 Kunden, wobei er interne und externe Tools zur Unterstützung der Analyse einsetzte. Er entwickelte und verfasste ausführliche Berichte, in denen er sein Fachwissen unter Beweis stellte, einschließlich des Verständnisses der **makroökonomischen und politischen/regulatorischen Faktoren**, die die Einführung und Verbreitung von Technologien beeinflussen.

Er hat auch Teams bei Unternehmen wie **Eaton**, **Airbus** und **Siemens** geleitet, wo er wertvolle Erfahrungen im Kunden- und Lieferkettenmanagement sammeln konnte. Er zeichnet sich besonders dadurch aus, dass er die Erwartungen immer wieder übertrifft, indem er wertvolle Kundenbeziehungen aufbaut und **nahtlos mit Menschen auf allen Ebenen eines Unternehmens** zusammenarbeitet, einschließlich Stakeholdern, Management, Teammitgliedern und Kunden. Sein datengesteuerter Ansatz und seine Fähigkeit, innovative und skalierbare Lösungen für die Herausforderungen der Branche zu entwickeln, haben ihn zu einer führenden Persönlichkeit in seinem Bereich gemacht.



Hr. Arens, Manuel

- Globaler Einkaufsleiter bei Google, Mountain View, USA
- Senior B2B Analytics and Technology Manager bei Google, USA
- Vertriebsleiter bei Google, Irland
- Senior Industrial Analyst bei Google, Deutschland
- Kundenbetreuer bei Google, Irland
- Accounts Payable bei Eaton, UK
- Lieferkettenmanager bei Airbus, Deutschland

“

Setzen Sie auf TECH! Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien haben, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind und von international anerkannten Spezialisten auf diesem Gebiet umgesetzt werden“

Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein **erfahrener Marketingmanager**, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren und konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität** und seine **Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein **ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein, eine Marktvision und eine echte Leidenschaft** für die **Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien für Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel** und die **Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung und Vermarktung verschiedener Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern für Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe **Managementkapazität**, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die **Neudefinition ihrer Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



Hr. La Sala, Andrea

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Bei TECH erwarten Sie die qualifiziertesten und erfahrensten internationalen Fachleute, die Ihnen einen erstklassigen Unterricht bieten, der auf dem neuesten Stand der Wissenschaft ist und auf den neuesten Erkenntnissen beruht. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"

Internationaler Gastdirektor

Mick Gram ist international ein Synonym für Innovation und Exzellenz im Bereich der **Business Intelligence**. Seine erfolgreiche Karriere ist mit Führungspositionen in multinationalen Unternehmen wie **Walmart** und **Red Bull** verbunden. Er ist auch bekannt für seine Vision, **aufkommende Technologien zu identifizieren**, die langfristig einen nachhaltigen Einfluss auf das Unternehmensumfeld haben.

Andererseits gilt er als Pionier bei der **Verwendung von Datenvisualisierungstechniken**, die komplexe Datensätze vereinfachen, sie zugänglich machen und die Entscheidungsfindung erleichtern. Diese Fähigkeit wurde zur Säule seines beruflichen Profils und machte ihn zu einem begehrten Aktivposten für viele Organisationen, die auf das **Sammeln von Informationen und darauf basierende konkrete Maßnahmen** setzen.

Eines seiner herausragendsten Projekte der letzten Jahre war die **Plattform Walmart Data Cafe**, die größte ihrer Art weltweit, die in der Cloud für **Big Data-Analysen** verankert ist. Darüber hinaus war er als **Direktor für Business Intelligence** bei **Red Bull** tätig, wo er Bereiche wie **Verkauf, Vertrieb, Marketing und Lieferkettenoperationen** abdeckte. Sein Team wurde kürzlich für seine ständige Innovation bei der Nutzung der neuen API von Walmart Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

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



Hr. Gram, Mick

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



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

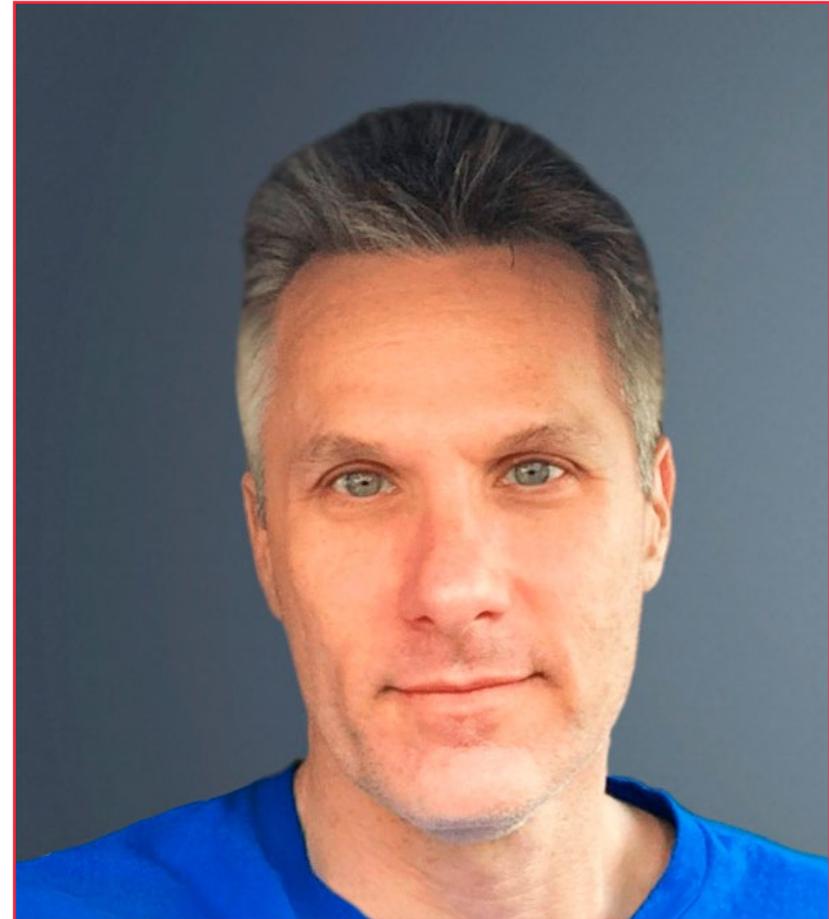
Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Dr. Borrás Sanchís, Salvador

- ◆ Bildungsberatung bei der Generalitat Valenciana, Regionales Bildungsministerium
- ◆ Psychologe, Lehrkraft und Logopäde
- ◆ Pädagogische Leitung des DEIAP-Instituts
- ◆ Hochschulabschluss in Psychologie
- ◆ Lehrkraft für Gehör und Sprache
- ◆ Hochschulabschluss in Logopädie
- ◆ Bildungsberatung im regionalen Bildungsministerium von Valencia
- ◆ Pädagogische Beratung und externe Mitarbeit für Aula Salud

Professoren

Dr. Arroyo Fernández, Alejandro

- ◆ Doktorand in nordamerikanischer Literatur, Universität Complutense von Madrid
- ◆ Hochschulabschluss in Englischer Philologie Spezialisiert auf zeitgenössische amerikanische Literatur und viktorianische Literatur
- ◆ Masterstudiengang in Europäischer Literaturwissenschaft
- ◆ Masterstudiengang für das Unterrichten von Spanisch als Fremdsprache
- ◆ Mitarbeiter von digitalen Zeitschriften für Literaturkritik und Lehrkraft für Spanisch als Fremdsprache

Fr. Azcunaga Hernández, Amaia

- ◆ Fremdsprachenlehrerin mit Unterrichtserfahrung in verschiedenen Ländern und Bildungsbereichen
- ◆ Masterstudiengang in Didaktik des Spanischen als Fremdsprache
- ◆ Spezialistin für Gruppendynamik in der Lehre

Hr. Notario Pardo, Francisco

- ♦ Hochschulabschluss in Pädagogik und Diplom in Sozialpädagogik
- ♦ Experte für „Intervention mit gefährdeten Familien und Minderjährigen mit antisozialem Verhalten“
- ♦ Experte für „Sozialpädagogik und soziokulturelle Animation“
- ♦ Familien- und Schulmediator und offizieller Gerichtssachverständiger
- ♦ Seit 2004 arbeitet er als Pädagoge und Leiter von Pflegestellen sowie als Techniker und Koordinator des Interventionszentrums für Pflegestellen in Alicante Er arbeitet derzeit als Erzieher in einer Abteilung für grundlegende Sozialarbeit
- ♦ Er unterrichtet (Präsenzunterricht und E-Learning) und entwickelt Inhalte für verschiedene Einrichtungen und Berufsverbände
- ♦ Leitung des Masterstudiengangs Inklusive Bildung für sozial gefährdete Kinder

Dr. De la Serna, Juan Moisés

- ♦ Promotion in Psychologie und Masterstudiengang in Neurowissenschaften und Verhaltensbiologie
- ♦ Autor des offenen Lehrstuhls für Psychologie und Neurowissenschaften und Wissenschaftspublizist

Fr. Jiménez Romero, Yolanda

- ♦ Territoriale Direktion des Instituts für Hochbegabung von Extremadura - Castilla La Mancha
- ♦ Hochschulabschluss in Grundschulpädagogik
- ♦ Masterstudiengang in Neuropsychologie der Hochbegabung
- ♦ Masterstudiengang in Emotionaler Intelligenz Spezialistin für NLP
- ♦ Pädagogische Beratung und externe Mitarbeiterin der Aula Salud

Hr. Velasco Rico, Guillermo

- ♦ Hochschulabschluss in hispanischer Philologie, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Spanisch als Fremdsprache, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Professor für Spanisch, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Akademischer Koordinator des Zentrums für hispanische Studien in Sarajevo

Dr. Visconti Ibarra, Martín

- ♦ Generaldirektor der Academia Europea Guadalajara
- ♦ Ehemaliger Direktor der zweisprachigen Schule Academia Europea
- ♦ Experte für Erziehungswissenschaften, Emotionale Intelligenz und Beratung
- ♦ Ehemaliger wissenschaftlicher Berater des spanischen Parlaments
- ♦ Mitarbeiter der Stiftung Juegaterapia
- ♦ Masterstudiengang in Management und Verwaltung von Bildungszentren
- ♦ Online-Masterstudiengang in Lernschwierigkeiten und kognitiven Prozessen
- ♦ Hochschulabschluss in Grundschulpädagogik

05

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus den besten Bildungszentren und Universitäten entwickelt, die sich der Bedeutung einer innovativen Spezialisierung bewusst sind und sich für eine qualitativ hochwertige Lehre durch neue Bildungstechnologien einsetzen.

Der MBA in Management von Bildungszentren bildet Sie in den spezifischen Bereichen Führung, Management, Verwaltung und Management von Bildungseinrichtungen aus, in Übereinstimmung mit den neuen Anforderungen des spanischen Bildungssystems und der aktuellen Gesetzgebung.





“

Dieser MBA in Management von Bildungszentren enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt"

Modul 1. Pädagogische Führungsqualitäten und Managementfähigkeiten

- 1.1. Definition, Entwicklung und Ansätze zur Führung
- 1.2. Die Rolle des Schulleiters als pädagogische Führungskraft und Autorität
- 1.3. Managementfähigkeiten: Definition und Arten von Fähigkeiten. Was sind Managementfähigkeiten?
- 1.4. Techniken für die Entwicklung von Managementfähigkeiten
- 1.5. Emotionale Intelligenz, Führungs- und Managementfähigkeiten
- 1.6. Psychologie der Führung und Managementfähigkeiten
- 1.7. Die Bedeutung der Einstellung des Managers als Führungspersönlichkeit
- 1.8. Die Machtstruktur in einem Bildungszentrum
- 1.9. Organisationskultur

Modul 2. Organisation und strategisches Management von Bildungseinrichtungen

- 2.1. Die Bildungseinrichtung als Organisation: Managementfunktion und institutionelle Dokumentation
- 2.2. Projektbasiertes Management von Bildungseinrichtungen
- 2.3. Wertschöpfung in Bildungseinrichtungen
- 2.4. Rollen und Verantwortlichkeiten der Geschäftsführung und des Managementteams
- 2.5. Interne Organisation (1): Leitungsgremien
- 2.6. Interne Organisation (2): Koordinierungsstellen
- 2.7. Interne Organisation (3): Beteiligungsgremien
- 2.8. Management der Schule als Bildungseinrichtung: Lehrplanmodelle, Lehrkraftschulung, pädagogische Innovation, Arbeit in Netzwerken
- 2.9. Bewertung der Unterrichtspraxis

Modul 3. Leitung und Verwaltung der administrativen und finanziellen Ressourcen

- 3.1. Verwaltungsprozess, der auf die Bildungseinrichtung angewendet wird. Planung und Organisation
- 3.2. Verwaltungsprozess, der auf die Bildungseinrichtung angewendet wird. Verwaltung und Kontrolle
- 3.3. Administrative Verwaltung der Schule
- 3.4. Ein auf wirtschaftliche Faktoren angewandter Verwaltungsprozess. Planung und Organisation
- 3.5. Ein auf wirtschaftliche Faktoren angewandter Verwaltungsprozess. Verwaltung und Kontrolle
- 3.6. Die Bedeutung der Budgetierung
- 3.7. Die Bedeutung von Investitionen
- 3.8. Bedeutung der Werbung
- 3.9. Die Verwaltung des Personalwesens
- 3.10. Transparenz in der Verwaltung

Modul 4. Leitung und Management des Personalwesens. Zwischenmenschliche Kommunikation

- 4.1. Organisation und Personalverwaltung
- 4.2. Verwaltung einer Bildungseinrichtung
- 4.3. Das Team des mittleren Managements
- 4.4. Lehrkräfte als Mitarbeiter
- 4.5. Verfahren zur Auswahl von Lehrkräften
- 4.6. Schulung von Lehrkräften
- 4.7. Nicht lehrende Mitarbeiter
- 4.8. Auswahlverfahren für nicht lehrendes Personal
- 4.9. Modelle zur Rekrutierung
- 4.10. Grundlagen der Arbeitssicherheit und des Arbeitsschutzes

Modul 5. Regulatorischer Rahmen und Umsetzungsstrategien in Bildungseinrichtungen

- 5.1. Institutionelle Dokumente einer Bildungseinrichtung
- 5.2. Theoretisch-praktische Rechtfertigung ihres Designs
- 5.3. Anwendung und Regelung der institutionellen Dokumente
- 5.4. Struktur der einzelnen institutionellen Dokumente
- 5.5. Implementierungs- und Designstrategien
- 5.6. Verbreitung der einzelnen Dokumente. Techniken und Verfahren
- 5.7. Bewertung und Überwachung der einzelnen institutionellen Dokumente
- 5.8. Aufdeckung von Mängeln und Anpassungsverfahren
- 5.9. Spezifische Schulung von Managementteams in Bezug auf die Gestaltung von institutionellen Plänen
- 5.10. Gültigkeit, Lücken und Qualität der Dokumente



Modul 6. Innovation und Bildungsforschung. Vergleichende Analyse von Bildungsmodellen

- 6.1. Vor- und Nachteile des Einsatzes von Technologie in der Bildung
- 6.2. Pädagogische Neurotechnologie
- 6.3. Programmierung im Bildungswesen
- 6.4. Einführung in den *Flipped Classroom*
- 6.5. Einführung in die *Gamification*
- 6.6. Einführung in die Robotik
- 6.7. Einführung in *Augmented Reality*
- 6.8. Entwicklung Ihrer eigenen AR-Anwendungen
- 6.9. *Samsung Virtual School Suitcase*
- 6.10. Tipps und Beispiele für den Einsatz im Unterricht

Modul 7. Qualitätsmanagement. Bewertung der Verbesserungspläne des Zentrums. Entwurf von Exzellenzplänen

- 7.1. Wesen und Entwicklung des Qualitätsbegriffs
- 7.2. Qualität im Bildungswesen: Dimensionen und Komponenten
- 7.3. Erste Handlungsebene: Schulleitung
- 7.4. Zweite Handlungsebene: Produktrealisierung
- 7.5. Dritte Handlungsebene: Design und Entwicklung
- 7.6. Vierte Handlungsebene: Messung, Analyse und Verbesserung
- 7.7. Qualitätsmanagementsysteme: ISO 9000-Normen
- 7.8. Entwurf von Exzellenzplänen
- 7.9. Interpretation der Kriterien für Exzellenz in Bildungseinrichtungen
- 7.10. Aktionspläne für Verbesserungen

Modul 8. Bildungsmarketing, kommerzielles Management und externe Werbung

- 8.1. Was ist Werbung?
- 8.2. Wie sieht der Werbe-Mix aus?
- 8.3. Die Bedeutung von Wettbewerbsvorteilen bei der Promotion
- 8.4. Der Marketing-Mix in einer Bildungseinrichtung
- 8.5. Der Kunde in der Bildungseinrichtung
- 8.6. Elemente der Markenbildung für Bildungszentren
- 8.7. Die Marke in der Bildungseinrichtung
- 8.8. Das Disney-Modell in der Bildungseinrichtung
- 8.9. Die Werbekampagne
- 8.10. Was jetzt im Bereich des Bildungsmarketings wichtig ist

Modul 9. IKT als Management- und Planungsinstrument

- 9.1. IKT-Werkzeuge in der Bildungseinrichtung
- 9.2. Kommunikation
- 9.3. E-Mail
- 9.4. Erstellung von Dokumenten
- 9.5. Werkzeuge zur Aufgabenverwaltung
- 9.6. Kalender
- 9.7. Soziale Netzwerke
- 9.8. Einführung und Parametrisierung von Alexia
- 9.9. Berechtigungen und administrative Verwaltung in Alexia
- 9.10. Alexia. Fortbildung für Lehrkräfte

Modul 10. Teamarbeit, Gruppendynamik und Konfliktlösung

- 10.1. Unterschiede zwischen Gruppen- und Teamarbeit
- 10.2. Merkmale eines Hochleistungsteams
- 10.3. Die Rolle der Führungskraft bei der effektiven Teamarbeit
- 10.4. Die verschiedenen Rollen im Team und ihre richtige Verwaltung
- 10.5. Motivation von Arbeitsteams
- 10.6. Werte als Element des Teamzusammenhalts
- 10.7. Die Implementierung von Dynamiken
- 10.8. Wie kann man die Lehren aus der Dynamik der Gemeinsamen Nutzung sammeln?
- 10.9. Lösung von Konflikten
- 10.10. Praktische Anwendung. Ein leistungsstarkes Arbeitsteam schaffen

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 11.1. Globalisierung und Governance
 - 11.1.1. Governance und Corporate Governance
 - 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
 - 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
 - 11.2.3. Diversitätsmanagement
- 11.3. Wirtschaftsethik
 - 11.3.1. Ethik und Moral
 - 11.3.2. Wirtschaftsethik
 - 11.3.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 11.4. Nachhaltigkeit
 - 11.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
 - 11.4.2. Agenda 2030
 - 11.4.3. Nachhaltige Unternehmen
- 11.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 11.5.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.5.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.5.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
 - 11.6.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 11.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
 - 11.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
 - 11.6.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 11.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
 - 11.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 11.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
 - 11.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
 - 11.8.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 12.1. Wirtschaftliches Umfeld
 - 12.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
 - 12.1.2. Finanzinstitutionen
 - 12.1.3. Finanzmärkte
 - 12.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
 - 12.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors
- 12.2. Buchhaltung
 - 12.2.1. Grundlegende Konzepte
 - 12.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
 - 12.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
 - 12.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
 - 12.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 12.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*
 - 12.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
 - 12.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
 - 12.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 12.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
 - 12.4.1. Das Haushaltsmodell
 - 12.4.2. Das Kapitalbudget
 - 12.4.3. Das Betriebsbudget
 - 12.4.5. Cash-Budget
 - 12.4.6. Haushaltsüberwachung
- 12.5. Finanzmanagement
 - 12.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
 - 12.5.2. Die Finanzabteilung
 - 12.5.3. Bargeldüberschüsse
 - 12.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
 - 12.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 12.6. Finanzielle Planung
 - 12.6.1. Definition der Finanzplanung
 - 12.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
 - 12.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
 - 12.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
 - 12.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

- 12.7. Finanzielle Unternehmensstrategie
 - 12.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
 - 12.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 12.8. Strategische Finanzierungen
 - 12.8.1. Selbstfinanzierung
 - 12.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
 - 12.8.3. Hybride Ressourcen
 - 12.8.4. Finanzierung durch Intermediäre
- 12.9. Finanzanalyse und -planung
 - 12.9.1. Analyse der Bilanz
 - 12.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
 - 12.9.3. Analyse der Rentabilität
- 12.10. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 12.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 13. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- 13.1. Kaufmännisches Management
 - 13.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
 - 13.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
 - 13.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter
- 13.2. Marketing
 - 13.2.1. Marketingkonzept
 - 13.2.2. Grundlagen des Marketings
 - 13.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens
- 13.3. Strategisches Marketingmanagement
 - 13.3.1. Konzept des strategischen Marketings
 - 13.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
 - 13.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- 13.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel
 - 13.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
 - 13.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
 - 13.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
 - 13.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
 - 13.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel

- 13.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke
 - 13.5.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
 - 13.5.2. Branded Content & Storytelling
- 13.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden
 - 13.6.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
 - 13.6.2. Visitor Relationship Management
 - 13.6.3. Hypersegmentierung
- 13.7. Verwaltung digitaler Kampagnen
 - 13.7.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
 - 13.7.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
 - 13.7.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen
- 13.8. Verkaufsstrategie
 - 13.8.1. Verkaufsstrategie
 - 13.8.2. Verkaufsmethoden
- 13.9. Unternehmenskommunikation
 - 13.9.1. Konzept
 - 13.9.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
 - 13.9.3. Art der Kommunikation in der Organisation
 - 13.9.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
 - 13.9.5. Elemente der Kommunikation
 - 13.9.6. Kommunikationsprobleme
 - 13.9.7. Szenarien der Kommunikation
- 13.10. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 13.10.1. Online-Reputation
 - 13.10.2. Wie misst man die digitale Reputation?
 - 13.10.3. Online-Reputationstools
 - 13.10.4. Online-Reputationsbericht
 - 13.10.5. Online-Branding

Modul 14. Geschäftsleitung

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Konzept des General Management
 - 14.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
 - 14.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
 - 14.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 14.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
 - 14.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 14.3. Operations Management
 - 14.3.1. Bedeutung des Managements
 - 14.3.2. Die Wertschöpfungskette
 - 14.3.3. Qualitätsmanagement
- 14.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
 - 14.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 14.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
 - 14.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 14.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
 - 14.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 14.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
 - 14.5.3. Kommunikation in der Organisation
 - 14.5.4. Werkzeuge in der Organisation
- 14.6. Krisenkommunikation
 - 14.6.1. Krise
 - 14.6.2. Phasen der Krise
 - 14.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 14.7. Einen Krisenplan vorbereiten
 - 14.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
 - 14.7.2. Planung
 - 14.7.3. Angemessenheit des Personals
- 14.8. Emotionale Intelligenz
 - 14.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 14.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 14.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

- 14.9. *Personal Branding*
 - 14.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
 - 14.9.2. Regeln des *Personal Branding*
 - 14.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 14.10. Führungsrolle und Teammanagement
 - 14.10.1. Leadership und Führungsstile
 - 14.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
 - 14.10.3. Management von Veränderungsprozessen
 - 14.10.4. Leitung multikultureller Teams

“

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende
Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche
Entwicklung fördert"*

06

Methodik

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

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



“

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

An der TECH Education School verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten Fällen konfrontiert, die auf realen Situationen basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode.

Mit TECH erlebt der Pädagoge, Lehrer oder Dozent eine Art des Lernens, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten in aller Welt rüttelt.



Es handelt sich um eine Technik, die den kritischen Geist entwickelt und den Erzieher darauf vorbereitet, Entscheidungen zu treffen, Argumente zu verteidigen und Meinungen gegenüberzustellen.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert"

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Pädagogen, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Gelernte wird solide in praktische Fähigkeiten umgesetzt, die es dem Pädagogen ermöglichen, das Wissen besser in die tägliche Praxis zu integrieren.
3. Die Aneignung von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen aus dem realen Unterricht erleichtert und effizienter gestaltet.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Der Pädagoge lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.



Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 85.000 Pädagogen mit beispiellosem Erfolg in allen Fachbereichen fortgebildet. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

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.

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.

Die Gesamtnote unseres Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



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



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den spezialisierten Lehrkräften, die das Hochschulprogramm unterrichten werden, speziell für dieses Programm erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

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



Pädagogische Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt die innovativsten Techniken mit den neuesten pädagogischen Fortschritten an die Spitze des aktuellen Geschehens im Bildungswesen. All dies in der ersten Person, mit höchster Präzision, erklärt und detailliert für die Assimilation und das Verständnis. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

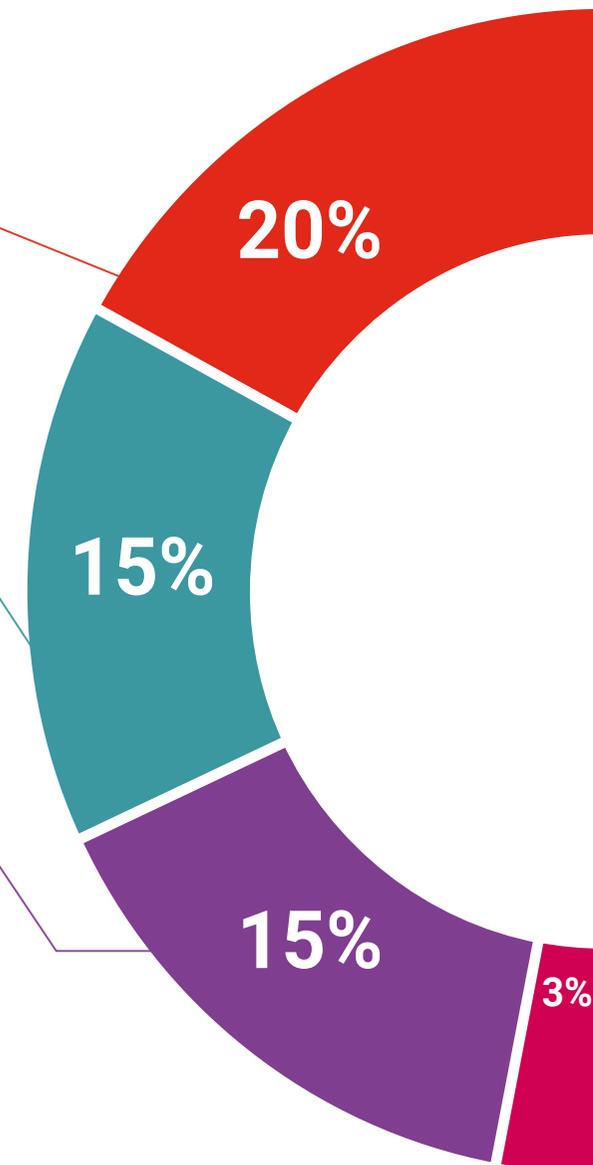
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

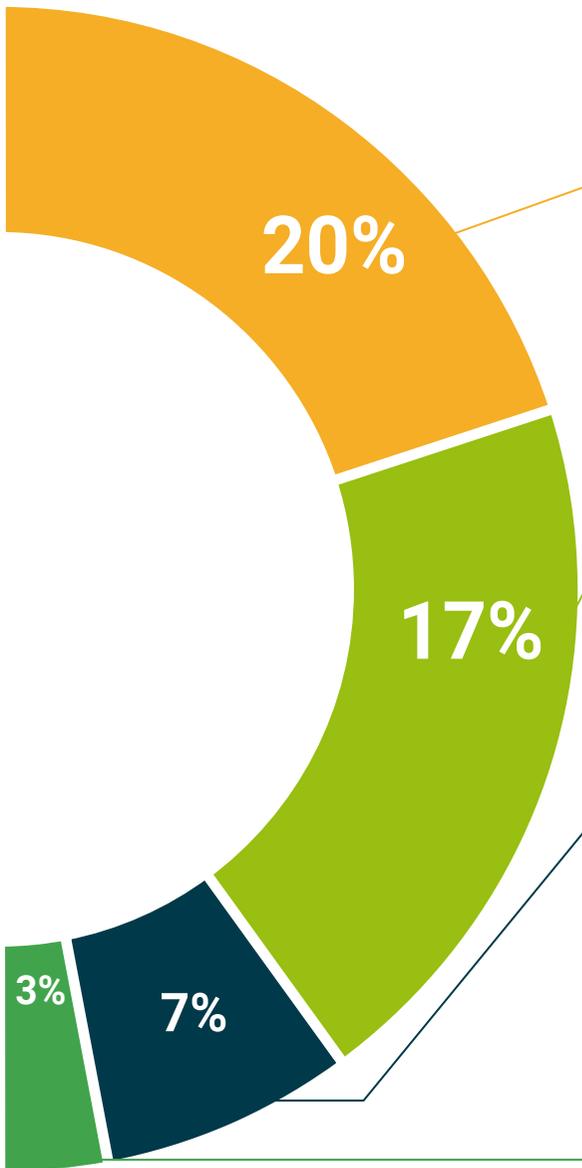
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

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





Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studenten durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



Testing & Retesting

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



07

Qualifizierung

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



“

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

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

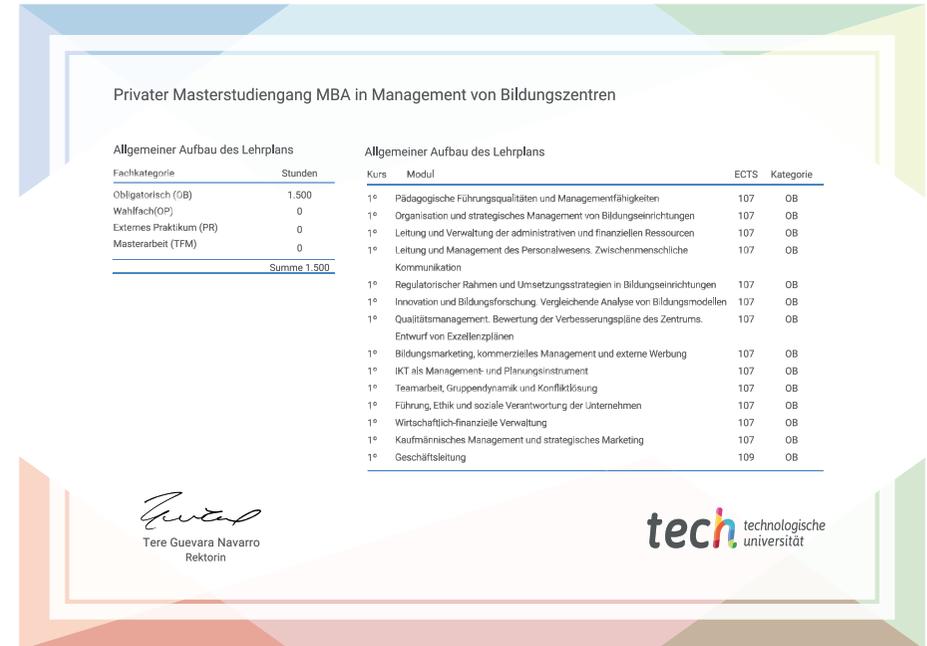
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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: **Privater Masterstudiengang MBA in Management von Bildungszentren**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Privater
Masterstudiengang
MBA in Management
von Bildungszentren

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

Privater Masterstudiengang

MBA in Management von Bildungszentren

