

Privater Masterstudiengang

MBA in Fortgeschrittenes Management
von Technologieprojekten
(CTO, Chief Technology Officer)



Privater Masterstudiengang MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer)

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

Internetzugang: www.techtute.com/de/informatik/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-fortgeschrittenes-management-technologieprojekten-cto-chief-technology-officer

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 16

04

Kursleitung

Seite 20

05

Struktur und Inhalt

Seite 40

06

Methodik

Seite 54

07

Qualifizierung

Seite 62

01

Präsentation

Der Technologiesektor entwickelt sich ständig in einem schwindelerregenden Tempo, so dass die Unternehmen gezwungen sind, hochqualifizierte Führungskräfte in ihre Belegschaft aufzunehmen. Diese Projekt- und Teammanager müssen über verschiedene Qualitäten verfügen, darunter die Verwaltung und Analyse komplexer Daten, die Optimierung von Prozessen und Ressourcen oder die Koordination von Personal, um das Wohl des Einzelnen und die Leistung des Teams zu gewährleisten. Dieses Programm zielt darauf ab, die Studenten in dieser komplexen Realität zu unterweisen und sie mit den modernsten Werkzeugen und Methoden auszustatten, damit sie die Herausforderung, große technologische Projekte zu leiten, ohne Komplikationen meistern können.



“

Jeff Bezos hat den Weltraum erreicht. Können Sie sich vorstellen, was Sie mit den richtigen Fähigkeiten erreichen könnten? Schreiben Sie sich jetzt für diesen MBA ein und beginnen Sie, Ihre Zukunft als Technologieführer aufzubauen“

In einem Sektor, der hochqualifizierte und spezialisierte Techniker erfordert, müssen die Führungskräfte noch kompetenter sein und über ein breites Spektrum an Fähigkeiten verfügen, um nicht nur die tägliche Arbeit zu bewältigen, sondern auch die möglichen Probleme oder radikalen Veränderungen, die ein Projekt aufgrund des technologischen Wandels erfahren kann.

Daher konzentriert sich der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) auf Methoden wie das Agile Projektmanagement und wie es im Bereich der Softwareentwicklung angewandt werden kann, das Business Management rund um die verfügbaren Ressourcen und die besondere Bedeutung der Datenanalyse, wenn es darum geht, Entscheidungen zu treffen, die für das Projekt von großem Nutzen sein können. Gerade die Analytik ist von großer Bedeutung, da die Gegenwart und die Zukunft der Analytik mit ihren vielfältigen Anwendungen in allen Arbeitsbereichen während des gesamten Kurses behandelt werden wird.

Der Student erwirbt eine Reihe grundlegender Kenntnisse in der Leitung multidisziplinärer Teams, die seinen Lebenslauf für die führenden Unternehmen des Sektors attraktiver machen wird. Durch das Verstehen aller Aspekte des Managements eines technologischen Projekts und seiner Komplexität werden die Studenten nicht nur ihre Kenntnisse, sondern auch ihre Karriereaussichten verbessern.

Ein MBA, der zudem die Besonderheit aufweist, dass er zu 100% online angeboten wird, was die Studienarbeit des Studenten erleichtert, da die Verpflichtung, ein physisches Zentrum aufzusuchen, und die damit verbundenen festen Zeitpläne entfallen. Das gesamte didaktische Material ist von jedem Gerät mit einer Internetverbindung aus zugänglich, was die nötige Flexibilität bietet, um das Studienmaterial an das eigene Tempo und die Verpflichtungen des Studenten anzupassen.

Dieser **MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Intensives Studium aller Bereiche des Managements, vom Ressourcenmanagement bis zum Personalmanagement
- ◆ Umfangreiche Inhalte zu den neuesten Analysemethoden auf dem Markt, die den Studenten vermitteln, wie man sie bei der Projektentwicklung anwendet
- ◆ Eine große Menge an audiovisuellem und praktischem Material, das die Studienarbeit für den Studenten leichter macht
- ◆ Aktuelle Informationen darüber, wie Teams im heutigen Technologiesektor geführt werden
- ◆ Besonderes Augenmerk auf den rechtlichen Rahmen für technologische Projekte mit personenbezogenen Daten
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Technologieunternehmen vertrauen ihre besten Projekte nur den fähigsten Führungskräften an. Nehmen Sie die ehrgeizigsten Projekte in Angriff, indem Sie sich auf das fortgeschrittene Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) spezialisieren“

“

Mit den Kenntnissen, die Sie in diesem MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) erwerben, wird Sie nichts mehr überraschen"

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Gesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Apple, Microsoft, Google... Große Unternehmen warten auf Fachleute wie Sie. Beeindrucken Sie sie mit einem vollständigen Lebenslauf, der zeigt, dass Sie der Aufgabe gewachsen sind.

Erkennen Sie die Probleme der Zukunft mit Hilfe von Analysen und lernen Sie, wie Sie ein Technologieprojekt umgestalten, um es an die sich ändernden Bedürfnisse des Marktes anzupassen.



02 Ziele

Angesichts des ständig wachsenden technologischen Marktes und der immer anspruchsvolleren Anforderungen der Öffentlichkeit sind die Unternehmen des Sektors gezwungen, nach spezialisierten Führungskräften in einer Vielzahl von Managementbereichen zu suchen. Angesichts dieser Realität hat TECH dieses Programm entwickelt, das genau darauf abzielt, den Studenten die Vielfalt an Kenntnissen zu vermitteln, die notwendig sind, um ein effektives und besseres Management zu gewährleisten als andere Manager, die nicht spezialisiert sind.



“

Steve Jobs war ein Mann, der seiner Zeit voraus war, mit einer großen Fähigkeit zur Führung, selbst in den schlimmsten Zeiten. Wer sagt, dass Sie nicht der nächste Steve Jobs sein können? Schreiben Sie sich jetzt ein und lernen Sie alles, was Sie wissen müssen, um eine große Führungskraft zu sein“



Allgemeine Ziele

- ◆ Spezialisieren auf die wichtigsten *Frameworks* für die Leitung und Verwaltung von IT-Projekten
- ◆ Anwenden der geeignetsten Techniken für das Management von Menschen und Teams mit dem Ziel, deren Wohlbefinden und Arbeitsproduktivität zu fördern
- ◆ Arbeiten an den verschiedenen analytischen Techniken für die strategische Entscheidungsfindung
- ◆ Verwenden der wichtigsten auf dem Markt erhältlichen Tools zur Überwachung der KPIs, um die Ausführung und den Fortschritt des Projekts im Hinblick auf die festgelegte Strategie zu kontrollieren
- ◆ Entwickeln der gängigsten betriebswirtschaftlichen Informationsmanagementsysteme
- ◆ Analysieren der Prozesse und Anforderungen für die Entwicklung von Softwareprojekten
- ◆ Bestimmen der Bedeutung des Qualitätsmanagements im Software-Projektmanagement und lernen, die notwendigen Kriterien für dessen Einrichtung und Kontrolle anzuwenden
- ◆ Ansprechen der Probleme des Datenmanagements in Bezug auf Schutz und Sicherheit und lernen, die aktuellen Vorschriften anzuwenden und einzuhalten



TECH vermittelt Ihnen das gesamte Wissen, das Sie brauchen, um der bestmögliche Technologie-Leader zu sein. Machen Sie den ersten Schritt und gestalten Sie Ihre Zukunft“





Spezifische Ziele

Modul 1. Agile-Management von Technologieprojekten

- ◆ Entwickeln von Fachwissen über Projektmanagement und Agile Methoden für Projektmanagement
- ◆ Analysieren des Kontexts von Agile Methoden für das Projektmanagement
- ◆ Einrichten des Scrum-Framework für das Agile Projektmanagement
- ◆ Analysieren des Kanban-Framework für das Agile Projektmanagement

Modul 2. Anforderungsmanagement und Prozessanalyse in Softwareentwicklungsprojekten

- ◆ Analysieren der verschiedenen Rollen und Funktionen eines Analysten für neue Informationssysteme
- ◆ Untersuchen der verschiedenen Methoden der Datenerfassung
- ◆ Entwickeln von DFD-Beispielen und ER-Beispielen für Datenbanken
- ◆ Entwickeln praktischer Geschäftsmodelle

Modul 3. Unternehmensmanagement: Technologien für Ressourcen- und Kundenmanagement

- ◆ Festlegen einer Geschäftsstrategie
- ◆ Entwickeln eines einheitlichen Berichtssystems für jeden Prozess des Unternehmens
- ◆ Herstellen einer direkten Kommunikation zwischen den Abteilungen des Unternehmens und den Kunden
- ◆ Festlegen einfacher Kontroll- und Verwaltungssysteme, die in Echtzeit zugänglich sind

Modul 4. Management und Kontrolle von IT-Projekten durch *Business Intelligence*

- ◆ Entwickeln oder Anwenden von Daten in verschiedenen Kontexten
- ◆ Lösen von Problemen in komplexen Zusammenhängen und mit unvollständigen Informationen
- ◆ Bestimmen von Anwendungsfällen für *Business Analytics* für wiederkehrende, bekannte oder neue Probleme in Unternehmen
- ◆ Vorschlagen, Kommunizieren und Ausarbeiten von Geschäftsmodellen oder Geschäftsumwandlungsmodellen und deren Vorteile und Potenziale für Unternehmen begründen

Modul 5. Strategische Überwachung und Steuerung von IT-Projekten

- ◆ Bestimmen der Phasen des Lebenszyklus der Daten: Daten, Informationen, Wissen und Werte
- ◆ Untersuchen der verschiedenen Ebenen der Analytik: Deskriptive, präskriptive und prädiktive Analytik
- ◆ Analysieren der Unterschiede zwischen den verschiedenen Paradigmen der Informationsspeicherung: *Data Lake*, *Data Warehouse* und *Data Mart*
- ◆ Bewerten der Vorteile einer Reihe von technologischen Lösungen, die im Bereich *Business Intelligence* eingesetzt werden

Modul 6. Digitale Analytik für die Entscheidungsfindung bei Technologieprojekten

- ◆ Bestimmen der Bedeutung von digitaler Analytik und Kennen ihrer Prinzipien
- ◆ Richtiges Konfigurieren des *Google Analytics*-Tools
- ◆ Auswerten der Ergebnisse und Optimieren der Marketingstrategie
- ◆ Verbessern der digitalen Geschäftsentscheidungen anhand der gewonnenen Daten

Modul 7. Verbesserung von IT-Projekten und Unternehmen durch analytische Techniken

- ◆ Analysieren der digitalen Marketingkampagne, um sie mit der globalen Unternehmensstrategie in Einklang zu bringen
- ◆ Anwenden der vorgeschlagenen Antriebstechniken, um die Ergebnisse des Unternehmens zu verbessern
- ◆ Erwerben von Fachwissen über digitales Marketing mit besonderem Schwerpunkt auf digitalen Kampagnen
- ◆ Bestimmen, Kontrollieren und Anwenden der verschiedenen Arten von Kampagnenausschlüssen, um die Risiken bei der Durchführung von digitalen Marketingkampagnen zu mindern



Modul 8. Qualität im Management und in der Implementierung von Softwareprojekten

- ◆ Überwachen des Softwareentwicklungsprozesses und des entwickelten Endprodukts
- ◆ Sicherstellen, dass das Entwicklungsprojekt die festgelegten Qualitätsverfahren und -standards umsetzt
- ◆ Benachrichtigen der Stakeholder über die ergriffenen Qualitätsmaßnahmen
- ◆ Erkennen und Beheben von Mängeln im Produkt, im Prozess oder in den Standards

Modul 9. Einhaltung von Vorschriften zur Informationssicherheit bei Technologieprojekten

- ◆ Prüfen der Datenschutzbestimmungen
- ◆ Festlegen der Grundlagen, die die Verarbeitung von personenbezogenen Daten legitimieren
- ◆ Entwickeln von Techniken zur Gewährleistung der Einhaltung von Datenschutzbestimmungen
- ◆ Ermitteln des regulatorischen Rahmens für die Sicherheit und der wichtigsten verfügbaren sicherheitsbezogenen Zertifizierungen

Modul 10. Teammanagement in IT-Projekten

- ◆ Entwickeln von Managementfähigkeiten zur Maximierung der Leistung in einem Technologieunternehmen
- ◆ Bestimmen der Führung als Modell der Begleitung in Bezug auf die traditionelle autoritäre Methodik
- ◆ Betrachten der emotionalen Intelligenz als grundlegendes Instrument zur Optimierung der Unternehmensergebnisse
- ◆ Entwickeln von Strategien zur günstigen Lösung von Konflikten und Verhandlungstechniken

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. Personal- und Talentmanagement

- ◆ Bestimmen der Beziehung zwischen strategischer Ausrichtung und Personalmanagement
- ◆ Vertiefen der Kompetenzen, die für ein effektives kompetenzbasiertes Personalmanagement erforderlich sind
- ◆ Vertiefen der Methoden für Leistungsbeurteilung und Leistungsmanagement
- ◆ Integrieren von Innovationen im Talentmanagement und deren Auswirkungen auf die Bindung und Loyalität des Personals
- ◆ Entwickeln von Strategien zur Motivation und Entwicklung von Hochleistungsteams
- ◆ Vorschlagen effektiver Lösungen für das Veränderungsmanagement und die Konfliktlösung in Organisationen



Modul 13. 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 14. 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 15. 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

Der IT-Experte, der diesen MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) belegt, wird in der Lage sein, die Rolle des Projektmanagers mit einer globalen Perspektive aller Herausforderungen und Komplikationen zu übernehmen, die bei diesem Prozess auftreten können. Dies macht den Studenten zu einem wertvollen Aktivposten in der Branche, mit einer einzigartigen Reihe von Kompetenzen und der Fähigkeit, die ernsthaftesten und anspruchsvollsten Projekte zu übernehmen.





“

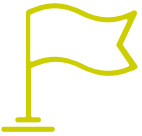
Dieser MBA ist die Weiterbildung, die Sie gesucht haben, um Ihre Karriere in der IT-Branche voranzutreiben. Werden Sie eine Führungspersönlichkeit und schreiben Sie sich jetzt ein“



Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Verstehen aller Aspekte, die das Management eines technologischen Arbeitsteams beeinflussen
- ◆ Wissen, welche Arbeitsmethodik in jedem Teil der Projektentwicklung anzuwenden ist, um die Ergebnisse zu maximieren
- ◆ Intelligentes Nutzen aller vom Arbeitsteam generierten und gesammelten Daten, um Entscheidungen mit einem Maximum an Informationen zu treffen
- ◆ Bewältigen jeder Art von Problem innerhalb des Arbeitsteams, sei es persönlich oder beruflich





Spezifische Kompetenzen

- ◆ Entwickeln der PMI-Methodik für das Projektmanagement
 - ◆ Analysieren der Agile Methodik für das Projektmanagement
 - ◆ Entwickeln der Elemente und Prozesse des Scrum-Framework und der Kanban-Methode
 - ◆ Integrieren der Prozessanalyse und Anforderungen in Projektmanagement-Methoden
 - ◆ Einführen von *Best Practices* im Datenmanagement, um die Integrität der entworfenen Informationssysteme zu gewährleisten
 - ◆ Untersuchen der Phasen des Datenlebenszyklus und ihrer Beziehung zu einer Projekt- und Qualitätsmanagementstrategie
 - ◆ Identifizieren und Gestalten eines guten *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management* für das Unternehmen
 - ◆ Erfolgreiches Verwalten von Systemen für *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management*, mit spezifischen Kenntnissen dieser Systeme
 - ◆ Untersuchen der Projekt- und Prozesskontrolle und -überwachung
 - ◆ Entwerfen von Kontrollstrategien
 - ◆ Vorschlagen fortschrittlicher Lösungen für Probleme, die in Unternehmen auftreten können, unter Einbeziehung der erlernten Techniken und Methoden
 - ◆ Bestimmen der Phasen des Lebenszyklus von Daten
 - ◆ Entwickeln technologischer Trends für die Kontrolle und Überwachung von Projekten und Prozessen
 - ◆ Analysieren einer Web- oder digitalen Plattform und Optimierung der Art und Weise, wie der Benutzer mit den verschiedenen Funktionen interagiert
 - ◆ Erstellen von Berichten und Vornahme der notwendigen Änderungen, um die festgelegten Ziele zu erreichen
- ◆ Untersuchen des Lebenszyklus eines Kunden und der in jeder Phase durchzuführenden Maßnahmen
 - ◆ Analysieren der erwarteten Ergebnisse der Produkte gemäß den vorgegebenen Spezifikationen
 - ◆ Überprüfen und Auditieren des neuen Softwareentwicklungsprodukts und der damit verbundenen Aktivitäten während des gesamten Entwicklungszyklus
 - ◆ Bestimmen der wichtigsten Sicherheitsmaßnahmen, die bei der Entwicklung eines Projekts zu berücksichtigen sind
 - ◆ Anpassen des Technologieunternehmens an die Gesellschaft des Wandels



Es wird kein Unternehmen geben, das nicht jemanden mit all den Fähigkeiten einstellen möchte, die Sie in diesem MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) erwerben werden"

04

Kursleitung

Mit dem Ziel, ihre Studenten bestmöglich zu unterrichten, ist TECH bestrebt, die qualifiziertesten Fachleute und Experten auf jedem Gebiet zu finden, die ihre Studiengänge unterrichten und leiten. Aus diesem Grund verfügt dieser private Masterstudiengang über ein hochqualifiziertes Dozententeam auf dem Gebiet des technologischen Managements, das über umfangreiche Erfahrungen in der Leitung von Teams in einer Vielzahl von Situationen verfügt. Dies garantiert, dass die Studenten Zugang zu qualitativ hochwertigem Studienmaterial haben, das an neue Anforderungen und Gegebenheiten angepasst ist.



“

Erreichen Sie die Spitze der besten Technologieunternehmen, unterstützt von einem Team von Fachleuten, die Ihnen auf dem Weg dorthin helfen werden“

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 Luminat 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. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ◆ CEO und CTO bei Prometheus Global Solutions
- ◆ CTO bei Korporate Technologies
- ◆ CTO bei AI Shephers GmbH
- ◆ Promotion in technischer Informatik an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Promotion in Wirtschaftswissenschaften, Unternehmen und Finanzen an der Universität Camilo José Cela, Außerordentlicher Promotionspreis
- ◆ Promotion in Psychologie an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Informationstechnologien an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Masterstudiengang MBA+E (Master in Business Administration and Organisational Engineering) an der Universität von Castilla la Mancha
- ◆ Außerordentlicher Professor an der Universität von Castilla la Mancha für Bachelor- und Masterstudiengänge in Computertechnik
- ◆ Professor für den Masterstudiengang in Big Data und Datenwissenschaft an der Internationalen Universität von Valencia
- ◆ Professor für den Masterstudiengang in Industrie 4.0 und den Masterstudiengang in Industriedesign und Produktentwicklung
- ◆ Mitglied der SMILe-Forschungsgruppe der Universität von Castilla La Mancha

Professoren

Hr. Gómez Esteban, Enrique

- ◆ IT-Experte und Oracle Database Administrator DBA für die NATO, bei Alten, ViewNext, Everis und Psa Group (Peugeot)
- ◆ Projektleitung bei Telefónica
- ◆ Sicherheitsmanagement bei FNMT
- ◆ Technische Beratung bei IBM Sterling und IBM Aspera

- ◆ Software-Ingenieur bei NCR Corporation
- ◆ Computerexperte in den Bereichen Handel, Zivilrecht, Strafrecht und außergerichtliche Angelegenheiten in der Region Madrid
- ◆ Computer-Ingenieur von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Computersicherheit und Kommunikation von der Polytechnischen Universität von Madrid

Hr. Fondón Alcalde, Rubén

- ◆ Business Analyst im Bereich Kundenwertmanagement bei Vodafone Spanien
- ◆ Leitung der Abteilung Service Integration bei Entelgy für Telefónica Global Solutions
- ◆ Online-Kundenbetreuung für Klon-Server bei EDM Electronics
- ◆ Business Analyst für Südeuropa bei Vodafone Global Enterprise
- ◆ Ingenieur für Telekommunikation von der Europäischen Universität von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Big Data und Analytics an der Internationalen Universität von Valencia

Hr. Tato Sánchez, Rafael

- ◆ Projektleitung und technische Leitung bei Indra Sistemas
- ◆ Leitung des Zentrums für Verkehrskontrolle und -management der Generaldirektion für Verkehr in Madrid
- ◆ Systemingenieur bei ENA Tráfico
- ◆ Hochschulabschluss in Industrieelektronik und Automatisierungstechnik an der Europäischen Universität von Madrid
- ◆ Technischer Ingenieur für Elektrizität von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Industrie 4.0 an der Internationalen Universität von La Rioja

Hr. García Niño, Pedro

- ◆ Spezialist für Web-Positionierung und SEO/Google Ads
- ◆ Spezialist für SEO On-Page/Off-Page
- ◆ Google Ads Spezialist (SEM/PPC) mit offizieller Zertifizierung
- ◆ Spezialist für Google Analytics/Digital Marketing Analytics und Leistungsmessung
- ◆ Spezialist für digitales Marketing und Social Media
- ◆ Vertriebsleitung für IT-Dienstleistungen
- ◆ Techniker für Computerausrüstung Spezialist für Hardware/Software

Fr. García La O, Marta

- ◆ Verwaltung, Administration und Account Management bei Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Organisation, Überwachung und Betreuung von Schulungskursen für Führungskräfte bei Think Planificación y Desarrollo
- ◆ Buchhaltung/Verwaltung bei Tabacos Santiago und Zairaiche-Stan Roller
- ◆ Marketing-Spezialistin bei Versas Consultores
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität von Murcia
- ◆ Masterstudiengang in Handels- und Marketingmanagement von der Fundesem Business School

Fr. Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Beraterin und Senior GRC Auditorin bei Oesía Networks
- ◆ Subdirektion Audit - Generalsekretariat bei Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ◆ Beraterin und Senior Prüferin im Bereich des Schutzes personenbezogener Daten und der Dienste der Informationsgesellschaft bei Helas Consultores
- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Masterstudiengang in Rechtsberatung für Unternehmen, IE University
- ◆ Fortgeschrittenenkurs in digitaler Sicherheit und Krisenmanagement der Universität von Alcalá und der Spanischen Allianz für Sicherheit und Krisenmanagement (AESYC)

Fr. Martínez Cerrato, Yésica

- ◆ Projektleitung im Bereich Großkundenintegration bei Correos y Telégrafos
- ◆ IT-Technik - Verantwortlich für die OTEC-Computerräume an der Universität von Alcalá
- ◆ Technikerin für elektronische Sicherheitsprodukte bei Securitas Seguridad España
- ◆ Leitung der Abteilung Digitale Transformation und Analyse von Geschäftsinformationen bei Ricopia Technologies
- ◆ Dozentin für Computerkurse bei der Vereinigung ASALUMA
- ◆ Hochschulabschluss in Elektronik und Kommunikation an der Universität von Alcalá

05

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan des MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) umfasst alle Kenntnisse und Methoden, die der Student benötigt, um jede Art von technologischem Entwicklungsprojekt zu bewältigen. Darüber hinaus ist der Inhalt klar und präzise geschrieben und wird durch zahlreiche praktische Beispiele unterstützt, die das Lesen und Studieren erleichtern. Er ist in 15 Module gegliedert, die ihrerseits in 10 Themen unterteilt sind. Jedes dieser Themen ist gut definiert und übersichtlich gegliedert, so dass der Student jede Art von Zweifel schnell klären kann.



“

In diesem MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer), der von den besten Experten, die TECH zusammenbringen konnte, entwickelt wurde, finden Sie alle Schlüssel, um eine erfolgreiche Führungskraft zu werden"

Modul 1. Agile-Management von Technologieprojekten

- 1.1. Projektmanagement
 - 1.1.1. Projektleitung und -management
 - 1.1.2. Phasen eines Projekts
- 1.2. Projektmanagement nach dem *Project Management Institute*
 - 1.2.1. PMI und PMBOK
 - 1.2.2. Projekt, Programm und Projektportfolio
 - 1.2.3. Entwicklung und Vorteile der Prozesse der Organisationen, die mit Projekten arbeiten
- 1.3. Prozessmanagement nach dem *Project Management Institute*
 - 1.3.1. Prozessgruppen und Wissensgebiete
 - 1.3.2. Prozess-Matrix
- 1.4. Agile-Methoden für das Projektmanagement
 - 1.4.1. Motivation für ihre Anwendung
 - 1.4.2. Agile-Werte und -Prinzipien des Agile-Manifests
 - 1.4.3. Anwendungsszenarien
- 1.5. Scrum für Agile-Projektmanagement: Beschreibung des *Framework*
 - 1.5.1. *Framework* für Agile-Management
 - 1.5.2. Scrum-Säulen und -Werte
- 1.6. Scrum für Agile-Projektmanagement: Anwendung des Modells
 - 1.6.1. Anwendung des *Frameworks*
 - 1.6.2. Menschen, Rollen und Verantwortlichkeiten in Scrum
 - 1.6.3. *Sprint Planning, Daily Scrum, Sprint Review, Sprint Retrospective* und *Sprint Refinement*
- 1.7. Scrum für Agile-Projektmanagement
 - 1.7.1. *Product Backlog, Sprint Backlog* und Zuwachs
 - 1.7.2. Scrum-Team-Vereinbarungen
 - 1.7.3. Leistungsbewertung
- 1.8. Kanban für Agile-Projektmanagement
 - 1.8.1. Das Modell
 - 1.8.2. Kanban-Methode, Elemente und Vorteile
 - 1.8.3. Typische Nutzungsszenarien

- 1.9. Kanban für das Agile-Projektmanagement: Anwendung des Kanban-Modells
 - 1.9.1. Grundlage
 - 1.9.2. Anwendung
 - 1.9.3. Leistungsbewertung
- 1.10. Wahl des Modells für das Projektmanagement
 - 1.10.1. Kriterien für die Auswahl der Art des Verwaltungsmodells
 - 1.10.2. Traditionelle vs. Agile-Methoden
 - 1.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 2. Anforderungsmanagement und Prozessanalyse in Softwareentwicklungsprojekten

- 2.1. Systemanalyse
 - 2.1.1. Funktionen des Systemanalytikers
 - 2.1.2. Software-Entwicklungszyklus: SDLC, OO, Agile
 - 2.1.3. *SDLC, OO und Agile*
- 2.2. Die Bedeutung von Systemanalyse und -design
 - 2.2.1. Informationssystem
 - 2.2.2. IT-Technologie-Integration: Hardware und Software
 - 2.2.3. Auswahl der Methodik
- 2.3. Lebenszyklus der Softwareentwicklung
 - 2.3.1. Kampagnen und Typen
 - 2.3.2. Rücknahme und Antrieb
 - 2.3.3. Arten von Strategien
 - 2.3.4. Digitaler Marketingplan
- 2.4. Modellierung und Entwurf von Systemen. Integration
 - 2.4.1. Abhängigkeiten von anderen Betriebssystemen in der Organisation
 - 2.4.2. Integration mit Projektmanagement-Methoden wie PMBOK
 - 2.4.3. Integration mit *Agile* Methoden
- 2.5. Erfassen von Anforderungen
 - 2.5.1. Interaktive Methoden: Interviews, JAD und Fragebögen
 - 2.5.2. Nichtinteraktive Methoden: Beobachtung, Dokumentenprüfung
 - 2.5.3. Probenahmeverfahren: *Sampling*

- 2.6. Prozessanalyse. DFD
 - 2.6.1. Entwicklung eines DFD mit mehreren Ebenen
 - 2.6.2. Arten von DFD: physisch und logisch, ereignisgesteuert
 - 2.6.3. Partitionierung von DFDs
- 2.7. Prozess-Analyse. Datenwörterbuch
 - 2.7.1. Erstellung des *Data Dictionary* auf der Grundlage früherer DAFDs
 - 2.7.2. Nomenklatur des Datenwörterbuchs
 - 2.7.3. XML-Erstellung für den Datenaustausch mit anderen Systemen
- 2.8. Prozessanalyse. Prozess-Spezifikationen
 - 2.8.1. Strukturierte und halb-strukturierte Entscheidungen
 - 2.8.2. *If-The-Else*
 - 2.8.3. Entscheidungstabellen und Entscheidungsbäume
- 2.9. Die Bedeutung von Design
 - 2.9.1. Output-Design
 - 2.9.2. Input-Design
 - 2.9.3. Design-Validierung
- 2.10. Datenbank-Design
 - 2.10.1. Normalisierung der Daten
 - 2.10.2. ER-Diagramme: Eins-zu-Viel- und Viele-zu-Viel-Beziehungen
 - 2.10.3. Denormalisierung

Modul 3. Unternehmensmanagement: Technologien für Ressourcen- und Kundenmanagement

- 3.1. Informationsmanagement und Speichersysteme für Unternehmen
 - 3.1.1. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.1.2. *Customer Relationship Management*
 - 3.1.3. *Enterprise Resource Planning* vs. *Customer Relationship Management*
 - 3.1.4. *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management* im Unternehmen
- 3.2. *Enterprise Resource Planning*
 - 3.2.1. Der Beitrag von *Enterprise Resource Planning* im Unternehmen
 - 3.2.2. Implementierung und Verwaltung
 - 3.2.3. Alltäglicher Betrieb von *Enterprise Resource Planning*

- 3.3. *Enterprise Resource Planning* und seine Verwaltung
 - 3.3.1. Die Module eines ERO
 - 3.3.2. Arten von *Enterprise-Resource-Planning*-Systemen
 - 3.3.3. Auf dem Markt befindliche Tools
- 3.4. *Customer Relationship Management*
 - 3.4.1. Der Beitrag von *Customer Relationship Management* im Unternehmen
 - 3.4.2. Entwurf eines Informationssystems
 - 3.4.3. *Customer Relationship Management* zur Prozessverbesserung
- 3.5. *Customer Relationship Management* für Projektentwürfe
 - 3.5.1. Aktuelle Situation des Umfelds
 - 3.5.2. Verkauf oder Loyalität
 - 3.5.3. Rentabilität der Kundentreue
- 3.6. *Customer Relationship Management*. Arbeiten mit Informationen
 - 3.6.1. Marketing und Projektleitung
 - 3.6.2. Erfolgsfaktoren
 - 3.6.3. Strategien
- 3.7. *Customer Relationship Management*. Kommunikationstool
 - 3.7.1. Kommunikation
 - 3.7.2. Informationen
 - 3.7.3. Aktives Zuhören
 - 3.7.4. Investitionsstrategien für Informationssysteme
- 3.8. *Customer Relationship Management*. Rückgewinnung des unzufriedenen Kunden
 - 3.8.1. Frühzeitige Fehlererkennung
 - 3.8.2. Fehlerkorrektur und -behebung
 - 3.8.3. Kundenrückgewinnung und Gestaltung von Prozessen zur kontinuierlichen Verbesserung
- 3.9. IT-Projekte
 - 3.9.1. Ziele
 - 3.9.2. *Enterprise Resource Planning* und *Customer Relationship Management* zur Gewinnung von Kunden
 - 3.9.3. Projektentwurf
 - 3.9.4. Auswertung und Aufzeichnung der Ergebnisse

- 3.10. Entwicklung eines IT-Projekts
 - 3.10.1. Häufige Fehler
 - 3.10.2. Methodik
 - 3.10.3. Segmentierung und Prozesse
 - 3.10.4. Ausbildung
 - 3.10.5. Gestaltung von Aktionen für *Customer Relationship Management* und *Enterprise Resource Planning*

Modul 4. Management und Kontrolle von IT-Projekten durch *Business Intelligence*

- 4.1. Business Intelligence
 - 4.1.1. *Business Intelligence*
 - 4.1.2. Datenverwaltung
 - 4.1.3. Lebenszyklus der Daten
 - 4.1.4. Architektur
 - 4.1.5. Anwendungen
- 4.2. IT-Projektmanagement mit analytischen Techniken
 - 4.2.1. Auswahl von Business Intelligence
 - 4.2.2. Vorteile von Business Intelligence für Projekte
 - 4.2.3. Beispiele und Anwendungen
- 4.3. Sammlung und Speicherung
 - 4.3.1. Geschäftsmodelle und Datenmodelle
 - 4.3.2. Arten der Speicherung
 - 4.3.3. *Big-Data*-Speicherung in der Cloud
- 4.4. Massive Daten- und Informationsverarbeitung
 - 4.4.1. Arten der Datenverarbeitung
 - 4.4.2. Techniken zur Vereinfachung der Massendatenverarbeitung
 - 4.4.3. Cloud-Verarbeitung
- 4.5. Analytische Techniken
 - 4.5.1. Analytische Techniken
 - 4.5.2. Prädiktive Analytik
 - 4.5.3. Analyse von Mustern und Empfehlungen
 - 4.5.4. Skalierbares maschinelles Lernen

- 4.6. Visualisierung für die Entscheidungsfindung
 - 4.6.1. Datenvisualisierung und -analyse
 - 4.6.2. Hilfsmittel
 - 4.6.3. Visualisierung für die Datenanalyse
 - 4.6.4. Bericht-Design
- 4.7. Verbrauch von Geschäftsinformationen
 - 4.7.1. *Dashboard*
 - 4.7.2. KPI-Design und -Extraktion
 - 4.7.3. Geografische Informationen
- 4.8. Sicherheit und Governance
 - 4.8.1. Sicherheit
 - 4.8.2. Governance
- 4.9. Echte Anwendungen für IT-Projekte
 - 4.9.1. Von der Sammlung bis zur Verarbeitung
 - 4.9.2. Von der Analyse zur Visualisierung
- 4.10. Projektleitung
 - 4.10.1. Projekt
 - 4.10.2. Anforderungen und Zielsetzungen
 - 4.10.3. Start-up und Implementierung

Modul 5. Strategische Überwachung und Steuerung von IT-Projekten

- 5.1. Daten und Informationen für die Entscheidungsfindung und das Projektmanagement
 - 5.1.1. Business Intelligence
 - 5.1.2. Die Entwicklung des Konzepts der Business Intelligence
 - 5.1.3. Lebenszyklus der Daten
- 5.2. Techniken für die Informationsanalyse
 - 5.2.1. Deskriptive Analytik
 - 5.2.2. Präskriptive Analytik
 - 5.2.3. Prädiktive Analytik
 - 5.2.4. Analyse von Mustern und Empfehlungen
 - 5.2.5. Beiträge der Analyse in IT-Projekten



- 5.3. Datentypen
 - 5.3.1. Strukturierte Daten
 - 5.3.2. Semi-Strukturierte Daten
 - 5.3.3. Unstrukturierte Daten
- 5.4. Speicherung und Verwaltung
 - 5.4.1. *Data Lake, Data Warehouse und Data Mart*
 - 5.4.2. Phasen der Datenverwaltung: Extraktion, Transformation und Laden
 - 5.4.3. ETL- und ELT-Paradigma
- 5.5. Datenmanagement für die Projektdurchführung
 - 5.5.1. Verwendung von Daten bei der Planung eines Projekts
 - 5.5.2. Entscheidungsfindung
 - 5.5.3. Beiträge
- 5.6. *Business-Intelligence-Lösungen: Power BI*
 - 5.6.1. Ökosystem
 - 5.6.2. Potenzielle Stärken und Schwächen
- 5.7. *Business-Intelligence-Lösungen: Tableau*
 - 5.7.1. Ökosystem
 - 5.7.2. Stärken und Schwächen
- 5.8. *Business-Intelligence-Lösungen: Qlik*
 - 5.8.1. Ökosystem
 - 5.8.2. Potenzielle Stärken und Schwächen
- 5.9. *Business-Intelligence-Lösungen: Prometheus*
 - 5.9.1. Ökosystem
 - 5.9.2. Potenzielle Stärken und Schwächen
- 5.10. Die Zukunft von *Business Intelligence*
 - 5.10.1. Cloud-Anwendungen
 - 5.10.2. Eigenverbrauch *Business Intelligence*
 - 5.10.3. Integration mit *Data Science*. Wertgenerierung

Modul 6. Digitale Analytik für die Entscheidungsfindung bei Technologieprojekten

- 6.1. Digitale Analytik
 - 6.1.1. Digitale Analytik
 - 6.1.2. *Modus operandi*
- 6.2. *Google Analytics*: Analyse-Tools
 - 6.2.1. *Google Analytics*
 - 6.2.2. Quantifizieren und Qualifizieren: Metriken und Dimensionen
 - 6.2.3. Ziele der Analyse
- 6.3. Metriken
 - 6.3.1. Grundlegende Metriken
 - 6.3.2. KPIs (*Key Performance Indicators*) oder erweiterte Metriken
 - 6.3.3. Das Ziel: Konvertierung
- 6.4. Dimensionen
 - 6.4.1. Kampagne/*Keyword*
 - 6.4.2. Quelle/Medien
 - 6.4.3. Inhalt
- 6.5. *Google Analytics*
 - 6.5.1. Installation und Konfiguration des Tools
 - 6.5.2. Vorhandene Versionen: UA/GA4
 - 6.5.3. Ziele für die Konvertierung. Konvertierungstrichter
- 6.6. Struktur von *Google Analytics*: Arbeitsbereiche
 - 6.6.1. Konten
 - 6.6.2. Eigenschaften
 - 6.6.3. Ansichten
- 6.7. Berichte von *Google Analytics*
 - 6.7.1. Echtzeit
 - 6.7.2. Publikum
 - 6.7.3. Akquisition
 - 6.7.4. Verhalten
 - 6.7.5. Umrechnungen

- 6.8. Fortgeschrittene Berichte von *Google Analytics*
 - 6.8.1. Maßgeschneiderte Berichte
 - 6.8.2. Panels
 - 6.8.3. API
- 6.9. Filter
 - 6.9.1. Filter und Segmente. Benutzerfreundlichkeit
 - 6.9.2. Vordefinierte Segmente und benutzerdefinierte Segmente
 - 6.9.3. *Remarketing*-Listen
- 6.10. Digitaler Analyseplan
 - 6.10.1. Messung
 - 6.10.2. Implementierung in das technologische Umfeld
 - 6.10.3. Schlussfolgerungen

Modul 7. Verbesserung von IT-Projekten und Unternehmen durch analytische Techniken

- 7.1. Datenanalyse in den Unternehmen
 - 7.1.1. Datenanalyse in den Unternehmen
 - 7.1.2. Der Wert
 - 7.1.3. Wertorientiertes Projektmanagement
- 7.2. Digitales Marketing
 - 7.2.1. Digitales Marketing
 - 7.2.2. Vorteile des digitalen Marketings
- 7.3. Digitales Marketing. Vorbereitung
 - 7.3.1. Kampagnen
 - 7.3.2. Ausführung und Messung
 - 7.3.3. Varianten der digitalen Strategie
 - 7.3.4. Planung
- 7.4. Digitales Marketing. Ausführung
 - 7.4.1. Anwendungen
 - 7.4.2. Integration in Web-Umgebungen
- 7.5. Lebenszyklus
 - 7.5.1. Customer Journey vs. Kampagnen
 - 7.5.2. Messung

- 7.6. Datenmanagement
 - 7.6.1. *Datawarehouse* und *Datalab*
 - 7.6.2. Anwendungen für die Generierung von Grundlagen für Kampagnen
 - 7.6.3. Optionen für den Antrieb
 - 7.7. Kampagnen-Ausschlüsse
 - 7.7.1. Typen
 - 7.7.2. GDPR und Robinson
 - 7.7.3. Daten-Anonymisierung
 - 7.8. *Dashboards*
 - 7.8.1. Publikum
 - 7.8.2. *Storytelling*
 - 7.8.3. Anwendungen
 - 7.9. Wertschlussfolgerungen in der Datenanalyse
 - 7.9.1. Allgemeine Kundenübersicht
 - 7.9.2. Analyse-Strategie und -Typen
 - 7.9.3. Anwendungen
 - 7.10. Anwendung in *Business*-Szenarien
 - 7.10.1. *Clustering* des Portfolios
 - 7.10.2. Prädiktive Risikomodelle
 - 7.10.3. Charakterisierung von Portfolio-Kunden
 - 7.10.4. Bildbearbeitung
 - 7.10.5. Modelle für Angebotsvorschläge
- Modul 8. Qualität im Management und in der Implementierung von Softwareprojekten**
- 8.1. Software-Qualität
 - 8.1.1. Methodologien und Standards
 - 8.1.2. Software-Qualitätsberichte: *Standish Group* Chaos-Bericht
 - 8.1.3. Software-Qualitätszertifizierungen: ISO, AENOR
 - 8.2. Sichere Kodierung
 - 8.2.1. Kodierung: Gründe und Arten von Codes
 - 8.2.2. Verschlüsselungsregeln
 - 8.3. Datenqualität durch Eingabevalidierung
 - 8.3.1. Effiziente Datenerfassung
 - 8.3.2. Methoden zur *Data Entry*: OCR, Keyboard, RFID usw
 - 8.3.3. Datenvalidierungsprüfung und Tests
 - 8.4. Total Quality Management: *Six Sigma*
 - 8.4.1. TQM
 - 8.4.2. *Six Sigma*: Methodik und Kultur
 - 8.4.3. *Top-Down*-Systementwurf und modulare Programmierung
 - 8.4.4. Dokumentation: Folkloristische Dokumentationsmethode
 - 8.5. Prüfung, Wartung und Auditierung
 - 8.5.1. Test-Prozesse
 - 8.5.2. Verwendung von Testdaten
 - 8.5.3. Audits und externe Prüfer
 - 8.6. Qualität der in den Netzwerken eingesetzten Produkte
 - 8.6.1. *Client-Server*-Technologie
 - 8.6.2. *Cloud-Computing*-Technologie
 - 8.7. Benutzerschulung
 - 8.7.1. Strategien für die Benutzerschulung
 - 8.7.2. Schulungsleitfäden
 - 8.8. Strategien für die Konvertierung/Migration in neue Systeme
 - 8.8.1. Migrationsstrategien: Parallel, schrittweise
 - 8.8.2. Migration/Umstellungsplan
 - 8.8.3. Verwaltung der Dateneigentümer
 - 8.9. Sicherheit
 - 8.9.1. Physische und logische Sicherheit: Vernichtung von Dokumenten
 - 8.9.2. Elektronischer Handel
 - 8.9.3. *Disaster-Recovery*-Plan
 - 8.10. Bewertung
 - 8.10.1. Techniken zur Qualitätsbewertung
 - 8.10.2. Bewertung in Web-Umgebungen

Modul 9. Einhaltung von Vorschriften zur Informationssicherheit bei Technologieprojekten

- 9.1. Datenschutzbestimmungen
 - 9.1.1. Rechtlicher Rahmen
 - 9.1.2. Zur Einhaltung der Vorschriften verpflichtete Personen
 - 9.1.2.1. Verantwortliche, Mitverantwortliche und Datenverarbeiter
 - 9.1.3. Der Datenschutzbeauftragte
- 9.2. Verarbeitung von persönlichen Daten
 - 9.2.1. Fairness, Loyalität und Transparenz
 - 9.2.2. Zweckbindung
 - 9.2.3. Datenminimierung, Genauigkeit und Begrenzung der Aufbewahrungsfrist
 - 9.2.4. Integrität und Vertraulichkeit
 - 9.2.5. Proaktive Verantwortlichkeit
- 9.3. Datenschutz durch Design und durch Voreinstellung
 - 9.3.1. Pseudonymisierung von Daten
 - 9.3.2. Minimierung von Daten
 - 9.3.3. Organisatorische Maßnahmen in Übereinstimmung mit dem Zweck der Verarbeitung
- 9.4. Grundlagen der Rechtmäßigkeit oder Legitimation und Genehmigungen für die Verarbeitung. Übermittlung von Daten
 - 9.4.1. Einverständnis
 - 9.4.2. Vertragliche Beziehung oder vorvertragliche Maßnahmen
 - 9.4.3. Erfüllung einer gesetzlichen Verpflichtung
 - 9.4.4. Schutz der lebenswichtigen Interessen der betroffenen Person oder einer anderen Person
 - 9.4.5. Öffentliches Interesse oder Ausübung öffentlicher Befugnisse
 - 9.4.6. Legitimes Interesse: Gewichtung der Interessen
- 9.5. Rechte des Einzelnen
 - 9.5.1. Transparenz und Information
 - 9.5.2. Zugang
 - 9.5.3. Berichtigung und Löschung (Recht auf Vergessenwerden), Einschränkung und Übertragbarkeit
 - 9.5.4. Einspruch und automatisierte Einzelentscheidungen
 - 9.5.5. Beschränkungen der Rechte
- 9.6. Risikoanalyse und Risikomanagement bei der Verarbeitung personenbezogener Daten
 - 9.6.1. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen für die Rechte und Freiheiten von Einzelpersonen
 - 9.6.2. Risikobewertung
 - 9.6.3. Risiko-Behandlungsplan

- 9.7. Techniken zur Gewährleistung der Einhaltung der Datenschutzverordnung
 - 9.7.1. Identifizierung von proaktiven Maßnahmen zur Rechenschaftspflicht
 - 9.7.2. Aufzeichnung von Verarbeitungstätigkeiten
 - 9.7.3. Management von Sicherheitsverstößen
 - 9.7.4. Verhaltenskodizes und Zertifizierungen
- 9.8. Die Folgenabschätzung zum Schutz personenbezogener Daten (DPIA)
 - 9.8.1. Die Notwendigkeit eines DPIA
 - 9.8.2. Methodik der Bewertung
 - 9.8.3. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen
 - 9.8.4. Vorherige Rücksprache mit der Aufsichtsbehörde
- 9.9. Informationssicherheit
 - 9.9.1. Regulatorischer Rahmen für die Sicherheit
 - 9.9.2. Bewertung und Zertifizierung von IKT-Sicherheitsprodukten
 - 9.9.3. Katalog der STIC-Produkte und -Dienstleistungen (CPSTIC)
- 9.10. Die Kontrollinstanzen. Verstöße und Sanktionen
 - 9.10.1. Verstöße
 - 9.10.2. Sanktionen
 - 9.10.3. Bußgeldverfahren
 - 9.10.4. Die Aufsichtsbehörden und Mechanismen der Zusammenarbeit

Modul 10. Teammanagement in IT-Projekten

- 10.1. Teammanagement
 - 10.1.1. Management-Fähigkeiten
 - 10.1.2. Personalmanagement und Managementfunktionen
 - 10.1.3. Klassifizierung und Arten von Führungskompetenzen
 - 10.1.4. Management der Gruppenführung in Unternehmen
- 10.2. *Team Building*
 - 10.2.1. Teamleitung
 - 10.2.2. Leistungsbeurteilung
 - 10.2.3. *Delegation und Empowerment*
 - 10.2.4. *Engagement Management*



- 10.3. Team
 - 10.3.1. Kultur: Mission, Vision, Werte
 - 10.3.2. Planung und Strategie
 - 10.3.3. Organisation und Überwachung
 - 10.3.4. *Feedback und Feedforward*
 - 10.3.5. Bewertung der Ergebnisse
- 10.4. Etappen der Teambildung
 - 10.4.1. Etappe der Abhängigkeit
 - 10.4.2. Gegen-Abhängigkeitsetappe
 - 10.4.3. Unabhängigkeitsetappe
 - 10.4.4. Etappe der Interdependenz
- 10.5. Organisation von IT-Projekten
 - 10.5.1. Planung im Unternehmen
 - 10.5.2. Zeitplanung
 - 10.5.3. Ressourcenplanung
 - 10.5.4. Kostenplanung
- 10.6. *Talent Management* im Unternehmen
 - 10.6.1. Talent
 - 10.6.2. Talentmanagement
 - 10.6.3. Talent-Dimensionen
 - 10.6.4. Talent-Anziehung
- 10.7. Kommunikation im Unternehmen
 - 10.7.1. Der Kommunikationsprozess im Unternehmen
 - 10.7.1.1. Beziehungen und interne Unternehmenskommunikation
 - 10.7.1.2. Die Beziehung zwischen Organisation und Kommunikation im Unternehmen: Zentralisierung oder Dezentralisierung
 - 10.7.1.3. Interne und externe Kommunikationsmittel
 - 10.7.2. Zwischenmenschliche Beziehungen im Unternehmen
 - 10.7.2.1. Kommunikation und zwischenmenschliche Konflikte
 - 10.7.2.2. Kommunikationsfilter und -barrieren
 - 10.7.2.3. Kritik und aktives Zuhören
 - 10.7.2.4. Techniken des aktiven Zuhörens

- 10.8. Verhandlungstechniken im Unternehmen
 - 10.8.1. Verhandlung im Managementbereich von Technologieunternehmen
 - 10.8.1.1. Verhandlung
 - 10.8.1.2. Verhandlungsstile
 - 10.8.1.3. Phasen der Verhandlung
 - 10.8.2. Verhandlungstechniken
 - 10.8.2.1. Verhandlungsstrategien und -taktiken
 - 10.8.2.2. Arten der Verhandlung
 - 10.8.3. Das verhandelnde Subjekt
 - 10.8.3.1. Merkmale des Verhandlungsführers
 - 10.8.3.2. Typen von Verhandlungsführern
 - 10.8.3.3. Psychologie in der Verhandlung
- 10.9. *Coaching* und Unternehmensführung
 - 10.9.1. *Business Coaching*
 - 10.9.2. Praxis des *Coachings*
 - 10.9.3. *Coaching* in Organisationen
- 10.10. *Mentoring* und Unternehmensführung
 - 10.10.1. *Mentoring*
 - 10.10.2. Die 4 Prozesse eines *Mentoring*-Programms
 - 10.10.2.1. Prozesse
 - 10.10.2.2. Die Figur der Mentors im Unternehmen
 - 10.10.2.3. Die Figur des Protégés im technologischen Unternehmen
 - 10.10.3. Vorteile von *Mentoring* im Unternehmen
 - 10.10.3.1. Vorteile für die Organisation: Mentor und Mentee
 - 10.10.4. Unterschiede zwischen *Mentoring* und *Coaching*

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. Führung
 - 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
 - 11.2.2. Führung in Unternehmen
 - 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
 - 11.3.3. Diversitätsmanagement
- 11.4. Managemententwicklung und Führung
 - 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
 - 11.4.2. Konzept der Führung
 - 11.4.3. Theorien der Führung
 - 11.4.4. Führungsstile
 - 11.4.5. Intelligenz in der Führung
 - 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute
- 11.5. Wirtschaftsethik
 - 11.5.1. Ethik und Moral
 - 11.5.2. Wirtschaftsethik
 - 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 11.6. Nachhaltigkeit
 - 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen
- 11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

- 11.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
 - 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
 - 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
 - 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
 - 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
 - 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 11.10. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
 - 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
 - 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

- 12.1. Strategisches Management von Menschen
 - 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
 - 12.1.2. Strategisches Management von Menschen
- 12.2. Kompetenzbasiertes HR-Management
 - 12.2.1. Analyse des Potenzials
 - 12.2.2. Vergütungspolitik
 - 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
 - 12.3.1. Leistungsmanagement
 - 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse
- 12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement
 - 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
 - 12.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
 - 12.4.3. Loyalität und Bindung
 - 12.4.4. Proaktivität und Innovation
- 12.5. Motivation
 - 12.5.1. Die Natur der Motivation
 - 12.5.2. Erwartungstheorie
 - 12.5.3. Theorien der Bedürfnisse
 - 12.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

- 12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams
 - 12.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
 - 12.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams
- 12.7. Änderungsmanagement
 - 12.7.1. Änderungsmanagement
 - 12.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
 - 12.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement
- 12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
 - 12.8.1. Verhandlung
 - 12.8.2. Management von Konflikten
 - 12.8.3. Krisenmanagement
- 12.9. Kommunikation der Führungskräfte
 - 12.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
 - 12.9.2. Abteilungen für Kommunikation
 - 12.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 12.10. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten
 - 12.10.1. Produktivität
 - 12.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 13.1. Wirtschaftliches Umfeld
 - 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
 - 13.1.2. Finanzinstitutionen
 - 13.1.3. Finanzmärkte
 - 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
 - 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors
- 13.2. Buchhaltung
 - 13.2.1. Grundlegende Konzepte
 - 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
 - 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
 - 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
 - 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

- 13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
 - 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
 - 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
 - 13.4.1. Das Haushaltsmodell
 - 13.4.2. Das Kapitalbudget
 - 13.4.3. Das Betriebsbudget
 - 13.4.5. Cash-Budget
 - 13.4.6. Haushaltsüberwachung
- 13.5. Finanzmanagement
 - 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
 - 13.5.2. Die Finanzabteilung
 - 13.5.3. Bargeldüberschüsse
 - 13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
 - 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 13.6. Finanzielle Planung
 - 13.6.1. Definition der Finanzplanung
 - 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
 - 13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
 - 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
 - 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals
- 13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie
 - 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
 - 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 13.8. Strategische Finanzierungen
 - 13.8.1. Selbstfinanzierung
 - 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
 - 13.8.3. Hybride Ressourcen
 - 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre
- 13.9. Finanzanalyse und -planung
 - 13.9.1. Analyse der Bilanz
 - 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
 - 13.9.3. Analyse der Rentabilität
- 13.10. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 13.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

- 14.1. Kaufmännisches Management
 - 14.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
 - 14.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
 - 14.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Marketingkonzept
 - 14.2.2. Grundlagen des Marketings
 - 14.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens
- 14.3. Strategisches Marketingmanagement
 - 14.3.1. Konzept des strategischen Marketings
 - 14.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
 - 14.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- 14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel
 - 14.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
 - 14.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
 - 14.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
 - 14.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
 - 14.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel
- 14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke
 - 14.5.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden
 - 14.6.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hypersegmentierung
- 14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen
 - 14.7.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
 - 14.7.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
 - 14.7.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen
- 14.8. Verkaufsstrategie
 - 14.8.1. Verkaufsstrategie
 - 14.8.2. Verkaufsmethoden

- 14.9. Unternehmenskommunikation
 - 14.9.1. Konzept
 - 14.9.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.3. Art der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
 - 14.9.5. Elemente der Kommunikation
 - 14.9.6. Kommunikationsprobleme
 - 14.9.7. Szenarien der Kommunikation
- 14.10. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 14.10.1. Online-Reputation
 - 14.10.2. Wie misst man die digitale Reputation?
 - 14.10.3. Online-Reputationstools
 - 14.10.4. Online-Reputationsbericht
 - 14.10.5. Online-*Branding*

- 15.5. Emotionale Intelligenz
 - 15.5.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 15.5.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 15.5.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 15.6. *Personal Branding*
 - 15.6.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
 - 15.6.2. Regeln des Personal Branding
 - 15.6.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.7. Führungsrolle und Teammanagement
 - 15.7.1. Leadership und Führungsstile
 - 15.7.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
 - 15.7.3. Management von Veränderungsprozessen
 - 15.7.4. Leitung multikultureller Teams

Modul 15. Geschäftsleitung

- 15.1. General Management
 - 15.1.1. Konzept des General Management
 - 15.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
 - 15.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
 - 15.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 15.2. Operations Management
 - 15.2.1. Bedeutung des Managements
 - 15.2.2. Die Wertschöpfungskette
 - 15.2.3. Qualitätsmanagement
- 15.3. Krisenkommunikation
 - 15.3.1. Krise
 - 15.3.2. Phasen der Krise
 - 15.3.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 15.4. Einen Krisenplan vorbereiten
 - 15.4.1. Analyse der potenziellen Probleme
 - 15.4.2. Planung
 - 15.4.3. Angemessenheit des Personals



Das Ziel dieses Programms ist es, Ihnen zu helfen, Ihren Traum von der Leitung großer Projekte zu verwirklichen. Schreiben Sie sich ein und verpassen Sie nicht die Gelegenheit, einen Qualitätssprung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu machen“

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"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein* **”**

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Informatikschulen der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

Relearning Methodology

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

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

*Im Jahr 2019 erzielten wir die besten
Lernergebnisse aller spanischsprachigen
Online-Universitäten der Welt.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



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



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Testing & Retesting

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



07

Qualifizierung

Der MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer) 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 Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

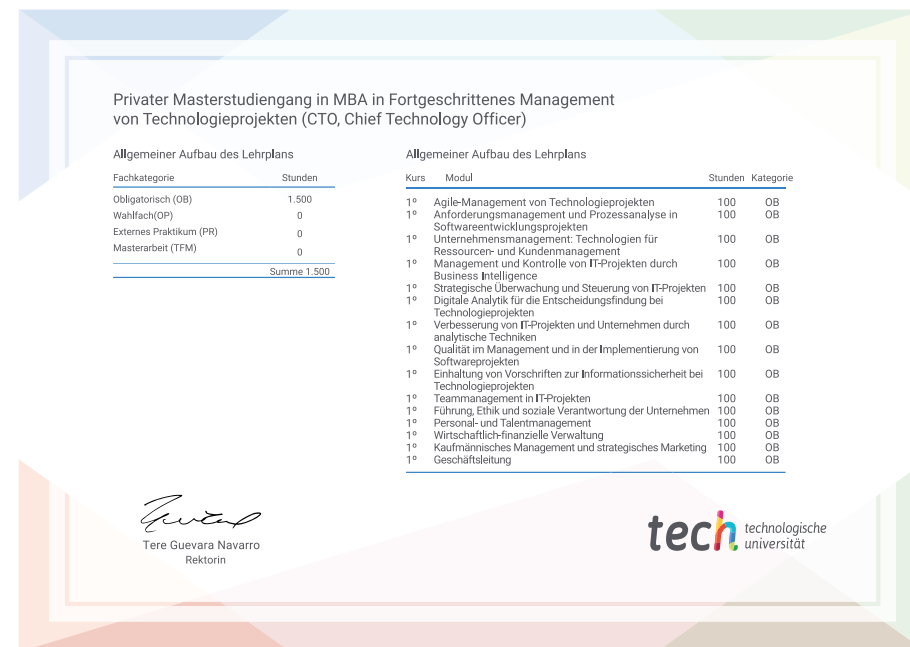
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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 in MBA in Fortgeschrittenes Management von Technologieprojekten (CTO, Chief Technology Officer)**

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 Fortgeschrittenes Management
von Technologieprojekten
(CTO, Chief Technology Officer)

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

Privater Masterstudiengang

MBA in Fortgeschrittenes Management
von Technologieprojekten
(CTO, Chief Technology Officer)