

# Privater Masterstudiengang

## MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen



## Privater Masterstudiengang MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen

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

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/informatik/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-technische-leitung-data-science-unternehmen](http://www.techtitude.com/de/informatik/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-technische-leitung-data-science-unternehmen)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 16

04

Kursleitung

---

Seite 20

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 42

06

Methodik

---

Seite 58

07

Qualifizierung

---

Seite 66

# 01

# Präsentation

Diese intensive Spezialisierung richtet sich an diejenigen, die ein höheres Niveau an Wissen über die technische Leitung von Data Science im Unternehmen erreichen möchten. Das Lehrprogramm zeichnet sich durch eine sorgfältige Auswahl von Technologien aus, darunter auch die neuesten und gefragtesten in der Geschäftswelt. Durch die Einbeziehung spezifischer Module zur Verbesserung der unternehmerischen Vision und des Managements multidisziplinärer Teams unterscheidet sich dieses Programm von anderen und ist in der Lage, einen großen Teil des Bildungsbedarfs aller Fachleute abzudecken, die sich als Maßstab für theoretisches und praktisches Wissen über die neuesten Technologien positionieren möchten.





“

*Mit den am besten entwickelten Fernunterrichtssystemen ermöglicht Ihnen dieser MBA ein kontextbezogenes Studium, bei dem Sie den praktischen Teil, den Sie benötigen, auf die richtige Art und Weise lernen“*

In der sich schnell verändernden Welt von heute ist die Verbreitung neuer Technologien eine Konstante. Heutzutage ist es üblich, dass hochmoderne Tools, Plattformen oder Technologien zu veralteten Elementen werden, deren Anwendbarkeit im geschäftlichen Umfeld abnimmt.

Ebenso ist es nur natürlich, dass Technologien, die in Nischenmärkten nicht existieren oder im Entstehen begriffen sind, zu Trends in allgemeineren Bereichen werden.

Zweifellos handelt es sich um einen unaufhaltsamen und sich ständig weiterentwickelnden Prozess, der die derzeitige technologische Revolution, die die IT-Fachleute zu einer ständigen Spezialisierung zwingt, am deutlichsten zum Ausdruck bringt.

In Anbetracht dieser Situation wird der MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen als komplettes Fortbildungsprogramm angeboten, das die modernsten Technologien, die in der Geschäftswelt gefragt sind, beinhaltet.

In einer Synthese aus technischer und wirtschaftlicher Sicht wurde daher eine Reihe von Themen ausgewählt, die normalerweise nicht von allgemeinbildenden Studiengängen abgedeckt werden. Ziel ist es, dem Studenten das nötige technologische Wissen zu vermitteln, um eine Vielzahl aktueller technologischer Probleme durch den Einsatz der am besten geeigneten und fortschrittlichsten Techniken zu lösen.

Die Kombination aus rein technischen und betriebswirtschaftlichen Fächern macht diesen privaten Masterstudiengang zu einer hochmodernen Spezialisierung, die sich vor allem an Berufstätige richtet, die die derzeit am weitesten verbreiteten Technologien oder ein höheres Maß an Kenntnissen über diese Technologien erlernen möchten.

Das Hauptziel besteht darin, den Studenten in die Lage zu versetzen, das in dieser Fortbildung erworbene Wissen in der realen Welt anzuwenden, und zwar in einem Arbeitsumfeld, das die Bedingungen, denen er in seiner Zukunft begegnen könnte, auf präzise und realistische Weise reproduziert.

Da es sich um ein 100%iges Online-Format handelt, muss der Student keine persönlichen oder beruflichen Verpflichtungen aufgeben. Nach Abschluss des Programms wird der Student sein Wissen auf den neuesten Stand gebracht haben und im Besitz einer unglaublich prestigeträchtigen Qualifikation sein, die es ihm ermöglicht, persönlich und beruflich voranzukommen.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für fortgeschrittene IT-Technologien vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Ein intensives berufliches Fortbildungsprogramm, das es Ihnen ermöglichen wird, in einem Sektor mit wachsender Nachfrage nach Fachleuten tätig zu werden"*

“

*Ein hochqualifizierendes Programm, das es dem Studenten ermöglicht, sich schnell und kontinuierlich Wissen anzueignen, mit der wissenschaftlichen Fundiertheit einer globalen Qualitätslehre"*

Zu den Lehrkräften des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes 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.

*Ein komplettes und hochmodernes Programm, das es Ihnen ermöglichen wird, sich schrittweise und gründlich die Kenntnisse anzueignen, die Sie für die Arbeit in diesem Sektor benötigen.*

*Dieses breit angelegte, aber dennoch spezifische Programm vermittelt Ihnen die spezifischen Kenntnisse, die Computeringenieure benötigen, um zu den Besten der Branche zu gehören.*



# 02 Ziele

Das Ziel dieser Spezialisierung ist es, Fachleute für die technische Leitung von Data Science im Unternehmen zu qualifizieren, mit dem Wissen und den Fähigkeiten, die für die Ausübung ihrer Tätigkeit erforderlich sind, unter Verwendung der modernsten Protokolle und Techniken des Augenblicks. Mit Hilfe eines Arbeitsansatzes, der sich vollständig an die Studenten anpasst, wird der MBA sie schrittweise dazu bringen, die Fähigkeiten zu erwerben, die sie auf ein höheres berufliches Niveau bringen. Eine einzigartige Fortbildung, die von Fachleuten mit umfassender Erfahrung in diesem Bereich entwickelt wurde.







“

*Vertiefen Sie Ihre Kenntnisse im Bereich der Computertechnologien, indem Sie die fortschrittlichsten Aspekte dieses Arbeitsgebiets in Ihren Wissensschatz aufnehmen“*



## Allgemeine Ziele

- ◆ Analysieren von ERP- und CRM-Systemen, deren Beitrag und Nutzen
- ◆ Entwerfen und Auswählen des richtigen ERP- oder CRM-Tools für jedes Unternehmen
- ◆ Entwickeln der einzelnen Phasen des Datenlebenszyklus
- ◆ Festlegen des Rechtsrahmens für den Umgang mit Daten
- ◆ Untersuchen des *Data-Mining*-Prozesses
- ◆ Analysieren einer Webplattform und Optimieren ihres Betriebs
- ◆ Auswerten von Sitzungen und Besucherzahlen zum besseren Verständnis des Zielpublikums
- ◆ Analysieren des Rechtsrahmens für den Datenschutz und seiner Beziehung zur künftigen Regulierung von auf künstlicher Intelligenz basierenden Systemen
- ◆ Entwickeln von Fachwissen über wartbare, skalierbare und zuverlässige Systeme
- ◆ Analysieren verschiedener Datenmodelle und ihrer Auswirkungen auf Anwendungen
- ◆ Analysieren klassischer Systemmodelle und Erkennen von Unzulänglichkeiten beim Einsatz in verteilten Anwendungen
- ◆ Untersuchen des Paradigmas der verteilten Datenverarbeitung und Etablieren des *Microservice*-Modells
- ◆ Aufbauen von Fachwissen über das IoT
- ◆ Entwickeln der IoT-Referenzarchitektur und des technologischen *Frameworks*
- ◆ Analysieren des Konzepts der agilen Methodik für das Projektmanagement und Entwickeln der Elemente und Prozesse des *SCRUM-Frameworks*
- ◆ Untersuchen und Entwickeln der Elemente der *KANBAN*-Methode für das Projektmanagement
- ◆ Begründen der Differenzierung unseres Unternehmens auf immateriellen Ressourcen
- ◆ Identifizieren von Möglichkeiten zur Verbesserung durch Achtsamkeit
- ◆ Präsentieren eines Geschäftsmodells, das darauf basiert, mit Veränderungen und Ungewissheit umzugehen, anstatt durch Widerstand zu „brechen“
- ◆ Dynamisieren des Unternehmens durch den Einsatz von Emotionsmanagement als Weg zum Erfolg







## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Wichtigste Informationsmanagementsysteme

- ◆ Entwickeln einer kommerziellen Strategie
- ◆ Generieren von Fachwissen für die kommerzielle Entscheidungsfindung
- ◆ Entwerfen eines einheitlichen *Reporting*-Systems
- ◆ Bestimmen auf welche Weise die Kommunikation und der Informationsaustausch zwischen den Abteilungen des Unternehmens und den Kunden erfolgen soll
- ◆ In der Lage sein, Informationen für die Entscheidungsfindung umzuwandeln
- ◆ Entwickeln eines Marketingplans für Kundentreue
- ◆ Erstellen eines Marketingplans zur Umsatzsteigerung

### Modul 2. Datentypen und Datenlebenszyklus

- ◆ Erwerben von Fachwissen für die Datenanalyse
- ◆ Vereinheitlichen unterschiedlicher Daten, Erreichen von Informationskonsistenz
- ◆ Erzeugen relevanter, effektiver Informationen für die Entscheidungsfindung
- ◆ Festlegen der besten Praktiken für die Datenverwaltung je nach Typologie und Verwendungszweck
- ◆ Entwickeln der Richtlinien für den Datenzugriff und die Wiederverwendung
- ◆ Gewährleisten der Sicherheit und Verfügbarkeit, Integrität und Vertraulichkeit von Informationen
- ◆ Verwenden von Instrumenten zur Datenvisualisierung (mit R)

### Modul 3. Nummer - Maschinelles Lernen

- ◆ Bewerten der erworbenen Fähigkeiten bei der Umwandlung von Informationen in Wissen
- ◆ Entwickeln der verschiedenen Arten des maschinellen Lernens
- ◆ Analysieren der Metriken und Validierungsmethoden der verschiedenen Algorithmen

- ◆ Zusammenstellen der verschiedenen Implementierungen der verschiedenen Methoden des maschinellen Lernens
- ◆ Bestimmen probabilistischer Argumentationsmodelle
- ◆ Untersuchen des Potenzials von *Deep Learning*
- ◆ Nachweisen von Kenntnissen über die verschiedenen Algorithmen des maschinellen Lernens

### Modul 4. Web-Analyse

- ◆ Erwerben von Fachkenntnissen in der Anwendung von *Web Analytics*
- ◆ Untersuchen der Evolution und Entwicklung von den Anfängen bis heute
- ◆ Einrichten einer optimalen Konfiguration von Google Analytics, einem grundlegenden Arbeitsinstrument im Online-Marketing
- ◆ Analysieren des Webverkehrs, um das Nutzerverhalten zu verstehen
- ◆ Entwickeln grundlegender und fortgeschrittener Metriken, die es ermöglichen, Zugriffe oder Interaktionen mit der Website zu bewerten
- ◆ Bestimmen von Überwachungsparametern: Metriken und Dimensionen
- ◆ Konfigurieren des Google Analytics-Tools und der Verwendung von *Tracking-Tags* auf der Website
- ◆ Unterscheiden zwischen den beiden bestehenden Versionen von Google Analytics: UA vs. GA4
- ◆ Konkretisieren des Aufbaus und der Struktur von Universal Analytics: Konten, Eigenschaften und Ansichten
- ◆ Analysieren des Nutzerverhaltens durch Auswertung vorgegebener und/oder individueller Berichte
- ◆ Bewerten von Teilmengen der Gesamtdaten, die in Berichten angezeigt werden, anhand von Segmenten
- ◆ Bewerten der Konversionen, Optimieren der Marketingstrategie und Treffen von Entscheidungen auf der Grundlage der erzielten Ergebnisse

### **Modul 5. Vorschriften zur Datenverwaltung**

- ♦ Prüfen des Datenschutzes und der damit verbundenen Vorschriften
- ♦ Analysieren der verschiedenen Grundsätze, die für die Verarbeitung von persönlichen Daten gelten
- ♦ Festlegen der Grundlagen, die die Verarbeitung von personenbezogenen Daten legitimieren
- ♦ Vorstellen der Rechte von Einzelpersonen in Bezug auf den Datenschutz, deren Ausübung und Pflege
- ♦ Bewerten der Risiken, um einen angemessenen Plan zur Risikobehandlung entwickeln zu können
- ♦ Identifizieren von wahrscheinlich zu verbotenden oder als hoch riskant einzustufenden Praktiken, die sich aus Technologien zur Nutzung künstlicher Intelligenz ergeben
- ♦ Entwickeln der Aktivitäten und Phasen, in denen der Prozess der Datenschutz-Folgenabschätzung strukturiert ist
- ♦ Konkretisieren von Maßnahmen zur Einhaltung von Vorschriften
- ♦ Umsetzen von Maßnahmen zur Einhaltung von Vorschriften
- ♦ Identifizieren von Verstößen und damit verbundenen Strafen

### **Modul 6. Skalierbare und zuverlässige Massendaten-Nutzungssysteme**

- ♦ Definieren der Konzepte von Zuverlässigkeit, Skalierbarkeit und Wartbarkeit
- ♦ Bewerten von relationalen, dokumentarischen und grafischen Modellen
- ♦ Analysieren von strukturierten Speichern in Form von Protokollen, B-Trees und anderen Strukturen, die in Datenmaschinen verwendet werden
- ♦ Untersuchen der Konsistenzmodelle und ihrer Beziehung zum Konzept der Replikation

- ♦ Bewerten der verschiedenen Replikationsmodelle und der damit verbundenen Probleme
- ♦ Entwickeln der grundlegenden Prinzipien von verteilten Transaktionen
- ♦ Untersuchen der Partitionierung der Datenbanken und der Schlüssel, um sicherzustellen, dass sie ausgewogen sind.

### **Modul 7. Systemverwaltung für verteilte Einsätze**

- ♦ Entwickeln der Anforderungen für verteilte Anwendungen
- ♦ Verwenden der fortschrittlichsten Tools für die Nutzung von verteilten Anwendungen
- ♦ Analysieren der Verwendung von Tools für das Infrastrukturmanagement
- ♦ Untersuchen der nützlichsten Tools für die Implementierung von IaaS- und PaaS-Modellen
- ♦ Entwickeln des PaaS-Modells und einiger der Tools, die derzeit bei seiner Implementierung verwendet werden
- ♦ Bewerten von Überwachungstools für verteilte Systeme
- ♦ Entwickeln von Verifikations- und Testtechniken für verteilte Plattformen
- ♦ Analysieren der am häufigsten verwendeten Optionen bei der Implementierung von Cloud-Plattformen

### **Modul 8. Internet of Things**

- ♦ Bestimmen, was IoT (*Internet of Things*) und IIoT (*Industrial Internet of Things*) ist
- ♦ Analysieren des industriellen Internet-Konsortiums
- ♦ Erarbeiten, was die IoT-Referenzarchitektur ist
- ♦ Untersuchen und Klassifizieren von IoT-Sensoren und -Geräten
- ♦ Definieren der im IoT verwendeten Kommunikationsprotokolle und -technologien

- ◆ Analysieren der verschiedenen Arten von IoT-Plattformen
- ◆ Entwickeln der verschiedenen Mechanismen zur Datenverwaltung
- ◆ Festlegen von Sicherheitsanforderungen für die IoT-Datenverwaltung
- ◆ Präsentieren der verschiedenen Anwendungsbereiche des IoT

### **Modul 9. Projektmanagement und Agile Methoden**

- ◆ Vorstellen der PMI-Methodik für das Projektmanagement
- ◆ Festlegen des Unterschieds zwischen Projekt, Programm und Projektportfolio
- ◆ Bewerten der Entwicklung der Organisationen, die mit Projekten arbeiten
- ◆ Analysieren, was die Assets der Prozesse in Organisationen sind
- ◆ Untersuchen der Matrix der Prozessgruppen und Wissensgebiete und Analysieren der Prozesse, aus denen sie sich zusammensetzt
- ◆ Präsentieren der PMI-Zertifikate für das Projektmanagement
- ◆ Bewerten des Kontextes von Agile-Methoden für das Projektmanagement
- ◆ Entwickeln des VUCA-Kontextes (Volatilität, Ungewissheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit)
- ◆ Identifizieren der Agilen Werte
- ◆ Erläutern der 12 Prinzipien des Agilen Manifests
- ◆ Analysieren des *Frameworks* Agile Scrum für das Projektmanagement
- ◆ Erarbeiten der Säulen von Scrum
- ◆ Identifizieren und Definieren der Scrum-Werte
- ◆ Festlegen der Rollen in einem Scrum-Team
- ◆ Erläutern der typisierten Zeremonien in Scrum
- ◆ Bewerten der vom Scrum-Team verwendeten Artefakte
- ◆ Analysieren der Vereinbarungen eines Scrum-Teams
- ◆ Untersuchen der Metriken zur Messung der Leistung von Scrum-Teams

- ◆ Präsentieren des *Frameworks* Agile KANBAN für das Projektmanagement
- ◆ Analysieren der Elemente, die die Kanban-Methode ausmachen: Werte, Grundsätze und allgemeine Praktiken
- ◆ Identifizieren und Definieren der Kanban-Werte
- ◆ Erarbeiten der Grundsätze der Kanban-Methode
- ◆ Analysieren der verschiedenen allgemeinen Praktiken der Kanban-Methode
- ◆ Untersuchen der Metriken zur Leistungsmessung in Kanban
- ◆ Identifizieren und Analysieren der Unterschiede zwischen den drei Methoden: PMI, Scrum und Kanban

### **Modul 10. Kommunikation, Führung und Teammanagement**

- ◆ Vorstellen der Managementfähigkeiten, die für den Erfolg in der Technologiebranche erforderlich sind
- ◆ Vorschlagen eines an den Wandel angepassten Führungsmodells
- ◆ Etablieren von emotionaler Intelligenz als grundlegendes Managementinstrument im Unternehmen
- ◆ Analysieren der Verbesserungsmöglichkeiten durch *Mentoring*, *Coaching* und deren Unterschiede
- ◆ Fördern eines erhöhten Bewusstseins für Kommunikation
- ◆ Verbessern der Zufriedenheit der Mitarbeiter im Unternehmen und Reduzieren des Stressniveaus, Verbessern der Beziehungen der Mitarbeiter zu Vorgesetzten oder Mitarbeitern, zu Kunden und sogar im persönlichen Umfeld
- ◆ Entwickeln von Strategien zur Verhandlung und Konfliktlösung im Technologieunternehmen

### 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 Änderungsmanagement 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

Nach Bestehen der Bewertungen des MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen, wird der Student die beruflichen Kompetenzen erworben haben, die notwendig sind, um eine qualitativ hochwertige Arbeit im Bereich der Informatik zu leisten. Darüber hinaus wird er neue Fähigkeiten und Techniken erworben haben, die ihm helfen werden, das Wissen, das er bereits vorher besaß, zu ergänzen und ihn gleichzeitig vollständig zu aktualisieren.





“

*Durch ein Programm, das Ihre berufliche Entwicklung auf schnellste und intensivste Weise fördern soll, werden Sie Ihre Fähigkeiten in allen Bereichen der fortgeschrittenen Informationstechnologien verbessern"*



## Allgemeine Kompetenz

- ◆ Eingehen auf den aktuellen Bedarf im Bereich der fortgeschrittenen Informationstechnologien

“

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





## Spezifische Kompetenzen

---

- ◆ Beherrschen der gängigsten Informationssysteme
- ◆ Verwenden von Algorithmen, Tools und Plattformen zur Anwendung von Techniken des maschinellen Lernens
- ◆ Kennen der wichtigsten Vorschriften für die Verwaltung und den Schutz von Unternehmensdaten
- ◆ Verwalten spezifischer Architekturen für die Verarbeitung großer Mengen von Informationen zur geschäftlichen Nutzung
- ◆ Nutzen der wichtigsten IoT-Technologien und ihrer Anwendbarkeit in realen Umgebungen
- ◆ Durchführen von Webanalyseprozessen, um den potenziellen Kunden besser zu verstehen, als Schlüsselinstrument für die Leitung von strategischen Maßnahmen
- ◆ Effizienteres Managen von Projekten und Mitarbeitern



# 04

## Kursleitung

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



“

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

## Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler **Talentaquisitionsteams** 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 Talentaquise** 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. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- CEO und CTO bei Prometheus Global Solutions
- CTO bei Korporate Technologies
- CTO bei AI Shepherds GmbH
- Berater und strategischer Unternehmensberater bei Alliance Medical
- Direktor für Design und Entwicklung bei DocPath
- Promotion in Computertechnik an der Universität von Castilla La Mancha
- Promotion in Wirtschaftswissenschaften, Unternehmen und Finanzen an der Universität Camilo José Cela
- Promotion in Psychologie an der Universität von Castilla La Mancha
- Masterstudiengang Executive MBA von der Universität Isabel I
- Masterstudiengang in Business und Marketing Management von der Universität Isabel I
- Masterstudiengang in Big Data bei Formación Hadoop
- Masterstudiengang in fortgeschrittener Informationstechnologie von der Universität von Castilla La Mancha
- Mitglied von: Forschungsgruppe SMILE

## Professoren

### Dr. Montoro Montarroso, Andrés

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

### Fr. Palomino Dávila, Cristina

- ◆ Beratung für Datenschutz und Informationssicherheit bei Grupo Oesía
- ◆ Stellvertretende Leitung der Rechnungsprüfung im Generalsekretariat der Logistikfirma Kohlenwasserstoffe CLH
- ◆ Consultant im Bereich Unternehmensrechtsbeziehungen bei Canal de Isabel II
- ◆ Consultant und Wirtschaftsprüferin bei Helas Consultores SL.
- ◆ Beratung und Wirtschaftsprüfung bei Alaro Avant
- ◆ Rechtsanwältin im Bereich der neuen Technologien bei Lorenzo Abogados
- ◆ 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)
- ◆ Mitglied von: Spanischer Berufsverband für Datenschutz (APEP), ISMS-Forum

### Hr. Peris Morillo, Luis Javier

- ◆ Technical Lead von Capitole Consulting für Inditex
- ◆ Senior Technical Lead und Delivery Lead Support bei HCL Technologies
- ◆ Technischer Redakteur bei Baeldung
- ◆ Agile Coach und Operations Manager bei Mirai Advisory
- ◆ Entwickler, Team Lead, Scrum Master, Agile Coach und Produktmanager bei DocPath
- ◆ Technologie bei ARCO
- ◆ Hochschulabschluss in Informatik-Ingenieurwesen an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Aufbaustudiengang in Projektmanagement von CEOE

#### **Fr. García La O, Marta**

- ◆ Spezialistin für Digitales Marketing und Soziale Netzwerke
- ◆ Verwaltung, Administration und *Account Management* bei Think Planificación y Desarrollo SI
- ◆ Schulungsleiterin für leitende Angestellte bei Think Planificación y Desarrollo SI
- ◆ Marketing-Spezialistin bei Versas Consultores
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität von Murcia
- ◆ Masterstudiengang in Handels- und Marketingmanagement von der Fundesem Business School

#### **Hr. García Niño, Pedro**

- ◆ Spezialist für Web-Positionierung und SEO
- ◆ Verkaufsleiter für IT-Dienstleistungen bei Camuñase und Electrocamuñas
- ◆ Hardware-/Softwaretechniker bei Camuñase und Electrocamuñas
- ◆ Spezialist für Google Ads (PPC und SEM)
- ◆ Spezialist für SEO On Page und Off Page
- ◆ Spezialist für Digital Marketing Analytics und Leistungsmessung

#### **Hr. Tato Sánchez, Rafael**

- ◆ Technischer Direktor bei Indra Sistemas SA
- ◆ Systemingenieur bei ENA Tráfico SAU
- ◆ Masterstudiengang in Industrie 4.0. von der Online-Universität
- ◆ Masterstudiengang in Wirtschaftsingenieurwesen von der Europäischen Universität
- ◆ Hochschulabschluss Industrie- und Automatisierungselektronik von der Europäischen Universität
- ◆ Wirtschaftsingenieur von der Polytechnischen Universität von Madrid

#### **Hr. Díaz Díaz-Chirón, Tobías**

- ◆ Berater für Telekommunikation
- ◆ Forscher im ArCO-Labor der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Berater bei Blue Telecom
- ◆ Freelance, der sich hauptsächlich mit dem Telekommunikationssektor beschäftigt und sich auf 4G/5G-Netze spezialisiert hat
- ◆ OpenStack: deploy and administration
- ◆ Hochschulabschluss in Senior IT-Techniker an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Spezialisierung auf Computerarchitektur und Netzwerke
- ◆ Außerordentlicher Professor an der Universität von Castilla La Mancha
- ◆ Referent beim Sepecam-Kurs über Netzwerkverwaltung

#### **Fr. Martínez Cerrato, Yésica**

- ◆ Expertin für Bildung, Wirtschaft und Marketing
- ◆ Leitung der technischen Fortbildung bei Securitas Seguridad España
- ◆ *Produktmanager* für elektronische Sicherheit bei Securitas Seguridad España
- ◆ Business Intelligence-Analyst bei Ricopia Technologies
- ◆ IT-Technikerin - Verantwortlich für die OTEC-Computerräume an der Universität von Alcalá de Henares
- ◆ Mitwirkung in der Vereinigung ASALUMA
- ◆ Hochschulabschluss in elektronischer Kommunikationstechnik an der Polytechnischen Hochschule der Universität von Alcalá





# 05 Struktur und Inhalt

Der Lehrplan wurde auf der Grundlage der pädagogischen Effizienz entwickelt, wobei die Inhalte sorgfältig ausgewählt wurden, um einen vollständigen Kurs anzubieten, der alle für die Erlangung echter Kenntnisse des Themas wesentlichen Bereiche umfasst. Mit den neuesten Updates und Aspekten des Sektors. Auf diese Weise wurde ein Lehrplan erstellt, dessen Module eine breite Perspektive auf die technische Leitung von Data Science im Unternehmen bieten. Vom ersten Modul an wird der Student sein Wissen erweitern und sich beruflich weiterentwickeln können, da er auf die Unterstützung eines Expertenteams zählen kann.



“

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

## Modul 1. Wichtigste Informationsmanagementsysteme

- 1.1. ERP und CRM
  - 1.1.1. Das ERP
  - 1.1.2. Das CRM
  - 1.1.3. Unterschiede zwischen ERP, CRM. Verkaufsstelle
  - 1.1.4. Geschäftlicher Erfolg
- 1.2. Das ERP
  - 1.2.1. Das ERP
  - 1.2.2. Arten von ERPs
  - 1.2.3. Entwicklung eines ERP-Implementierungsprojekts
  - 1.2.4. ERP: Ressourcen-Optimierer
  - 1.2.5. Architektur eines ERP-Systems
- 1.3. Vom ERP bereitgestellte Informationen
  - 1.3.1. Vom ERP bereitgestellte Informationen
  - 1.3.2. Vor- und Nachteile
  - 1.3.3. Die Information
- 1.4. ERP-Systeme
  - 1.4.1. Aktuelle ERP-Systeme und -Tools
  - 1.4.2. Entscheidungsfindung
  - 1.4.3. ERP-Alltag
- 1.5. CRM: Das Implementierungsprojekt
  - 1.5.1. Das CRM. Implementierungsprojekt
  - 1.5.2. Das CRM als Geschäftsinstrument
  - 1.5.3. Strategien für das Informationssystem
- 1.6. CRM: Kundenbindung
  - 1.6.1. Ausgangspunkt
  - 1.6.2. Verkaufen oder Binden
  - 1.6.3. Erfolgsfaktoren in unserem Kundenbindungsprogramm
  - 1.6.4. Multi-Channel-Strategien
  - 1.6.5. Gestaltung von Treueaktionen
  - 1.6.6. E-Loyalität
- 1.7. CRM: Kommunikationskampagnen
  - 1.7.1. Kommunikationsmaßnahmen und -pläne
  - 1.7.2. Die Bedeutung des informierten Kunden
  - 1.7.3. Das Zuhören gegenüber dem Kunden

- 1.8. CRM: Unzufriedenheit vermeiden
  - 1.8.1. Kundenstornierungen
  - 1.8.2. Frühzeitige Fehlererkennung
  - 1.8.3. Verbesserungsprozesse
  - 1.8.4. Rückgewinnung des unzufriedenen Kunden
- 1.9. CRM: Besondere Kommunikationsmaßnahmen
  - 1.9.1. Zielsetzung und Planung einer Firmenveranstaltung
  - 1.9.2. Konzeption und Durchführung der Veranstaltung
  - 1.9.3. Maßnahmen der Abteilung
  - 1.9.4. Analyse der Ergebnisse
- 1.10. Beziehungsmarketing
  - 1.10.1. Implementierung. Fehler
  - 1.10.2. Methodik, Segmentierung und Verfahren
  - 1.10.3. Leistung, je nach Abteilung
  - 1.10.4. CRM-Tools

## Modul 2. Datentypen und Datenlebenszyklus

- 2.1. Statistik
  - 2.1.1. Statistik: Deskriptive Statistik, statistische Schlussfolgerungen
  - 2.1.2. Population, Stichprobe, Individuum
  - 2.1.3. Variablen: Definition und Mess-Skalen
- 2.2. Arten von statistischen Daten
  - 2.2.1. Je nach Typ
    - 2.2.1.1. Quantitativ: kontinuierliche Daten und diskrete Daten
    - 2.2.1.2. Qualitativ: Binomialdaten, nominale Daten und ordinale Daten
  - 2.2.2. Je nach Form
    - 2.2.2.1. Numerisch
    - 2.2.2.2. Text
    - 2.2.2.3. Logisch
  - 2.2.3. Je nach Quelle
    - 2.2.3.1. Primär
    - 2.2.3.2. Sekundär
- 2.3. Lebenszyklus der Daten
  - 2.3.1. Etappen des Zyklus
  - 2.3.2. Meilensteine des Zyklus
  - 2.3.3. FAIR-Prinzipien

- 2.4. Die ersten Phasen des Zyklus
  - 2.4.1. Definition von Zielen
  - 2.4.2. Ermittlung des Ressourcenbedarfs
  - 2.4.3. Gantt-Diagramm
  - 2.4.4. Struktur der Daten
- 2.5. Datenerhebung
  - 2.5.1. Methodik der Erhebung
  - 2.5.2. Erhebungsinstrumente
  - 2.5.3. Kanäle für die Erhebung
- 2.6. Datenbereinigung
  - 2.6.1. Phasen der Datenbereinigung
  - 2.6.2. Qualität der Daten
  - 2.6.3. Datenmanipulation (mit R)
- 2.7. Datenanalyse, Interpretation und Bewertung der Ergebnisse
  - 2.7.1. Statistische Maßnahmen
  - 2.7.2. Beziehungsindizes
  - 2.7.3. *Data Mining*
- 2.8. Datenlager (Datawarehouse)
  - 2.8.1. Elemente, aus denen sie bestehen
  - 2.8.2. Design
  - 2.8.3. Zu berücksichtigende Aspekte
- 2.9. Verfügbarkeit von Daten
  - 2.9.1. Zugang
  - 2.9.2. Nützlichkeit
  - 2.9.3. Sicherheit
- 2.10. Regulatorische Aspekte
  - 2.10.1. Datenschutzgesetz
  - 2.10.2. Bewährte Verfahren
  - 2.10.3. Andere regulatorische Aspekte

### Modul 3. Nummer - Maschinelles Lernen

- 3.1. Wissen in Datenbanken
  - 3.1.1. Vorverarbeitung der Daten
  - 3.1.2. Analyse
  - 3.1.3. Interpretation und Bewertung der Ergebnisse
- 3.2. Machine Learning
  - 3.2.1. Überwachtes und unüberwachtes Lernen
  - 3.2.2. Lernen durch Verstärkung
  - 3.2.3. Teilüberwachtes Lernen. Andere Lernmodelle
- 3.3. Klassifizierung
  - 3.3.1. Entscheidungsbäume und regelbasiertes Lernen
  - 3.3.2. *Support Vector Machines (SVM)* und *K-Nearest Neighbour (KNN)* Algorithmen
  - 3.3.3. Metriken für Sortieralgorithmen
- 3.4. Regression
  - 3.4.1. Lineare Regression und logistische Regression
  - 3.4.2. Nichtlineare Regressionsmodelle
  - 3.4.3. Zeitreihenanalyse
  - 3.4.4. Metriken für Regressionsalgorithmen
- 3.5. *Clustering*
  - 3.5.1. Hierarchisches *Clustering*
  - 3.5.2. Partitionelles *Clustering*
  - 3.5.3. Metriken für *Clustering*-Algorithmen
- 3.6. Assoziationsregeln
  - 3.6.1. Maßnahmen von Interesse
  - 3.6.2. Methoden der Regelextraktion
  - 3.6.3. Metriken für Assoziationsregelalgorithmen
- 3.7. Multiklassifizierer
  - 3.7.1. „Bootstrap Aggregation“ oder „Bagging“
  - 3.7.2. „Random-Forests“-Algorithmus
  - 3.7.3. „Boosting“-Algorithmus
- 3.8. Probabilistische Schlussfolgerungsmodelle
  - 3.8.1. Probabilistisches Schlussfolgern
  - 3.8.2. Bayes'sche Netze oder Glaubensnetze
  - 3.8.3. „Hidden Markov Models“



- 3.9. Mehrschichtiges Perzeptron
  - 3.9.1. Neuronales Netz
  - 3.9.2. Maschinelles Lernen mit neuronalen Netzen
  - 3.9.3. Gradientenabstieg, „Backpropagation“ und Aktivierungsfunktionen
  - 3.9.4. Implementierung eines künstlichen neuronalen Netzes
- 3.10. Tiefes Lernen
  - 3.10.1. Tiefe neuronale Netze. Einführung
  - 3.10.2. Faltungsnetzwerke
  - 3.10.3. Sequence Modeling
  - 3.10.4. Tensorflow und Pytorch

## Modul 4. Web-Analyse

- 4.1. Web-Analyse
  - 4.1.1. Einführung
  - 4.1.2. Entwicklung der Web-Analyse
  - 4.1.3. Analyse-Prozess
- 4.2. Google Analytics
  - 4.2.1. Google Analytics
  - 4.2.2. Nutzung
  - 4.2.3. Ziele
- 4.3. Hits. Interaktionen mit der Website
  - 4.3.1. Grundlegende Metriken
  - 4.3.2. KPI (Key Performance Indicators)
  - 4.3.3. Angemessene Konversionsraten
- 4.4. Häufige Abmessungen
  - 4.4.1. Quelle
  - 4.4.2. Mittel
  - 4.4.3. Keyword
  - 4.4.4. Kampagne
  - 4.4.5. Personalisierte Kennzeichnung
- 4.5. Google Analytics-Konfiguration
  - 4.5.1. Installation. Erstellung eines Kontos
  - 4.5.2. Versionen des Tools: UA/GA4
  - 4.5.3. Tracking-Tag
  - 4.5.4. Umstellungsziele

- 4.6. Organisation von Google Analytics
  - 4.6.1. Konto
  - 4.6.2. Eigentum
  - 4.6.3. Ansicht
- 4.7. Google Analytics-Berichte
  - 4.7.1. Echtzeit
  - 4.7.2. Publikum
  - 4.7.3. Akquisition
  - 4.7.4. Verhalten
  - 4.7.5. Umrechnungen
  - 4.7.6. Elektronischer Geschäftsverkehr
- 4.8. Erweiterte Google Analytics-Berichte
  - 4.8.1. Maßgeschneiderte Berichte
  - 4.8.2. Panels
  - 4.8.3. APIs
- 4.9. Filter und Segmente
  - 4.9.1. Filter
  - 4.9.2. Segment
  - 4.9.3. Arten von Segmenten: vordefiniert/kundenspezifisch
  - 4.9.4. Remarketing-Listen
- 4.10. Digitaler Analyseplan
  - 4.10.1. Messung
  - 4.10.2. Umsetzung im technologischen Umfeld
  - 4.10.3. Schlussfolgerungen

## Modul 5. Vorschriften zur Datenverwaltung

- 5.1. Rechtlicher Rahmen
  - 5.1.1. Rechtlicher Rahmen und Definitionen
  - 5.1.2. Verantwortliche, Mitverantwortliche und Datenverarbeiter
  - 5.1.3. Zukünftiger Rechtsrahmen für künstliche Intelligenz
- 5.2. Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten
  - 5.2.1. Rechtmäßigkeit, Fairness und Transparenz sowie Zweckbindung
  - 5.2.2. Datenminimierung, Genauigkeit und Begrenzung der Speicherdauer
  - 5.2.3. Integrität und Vertraulichkeit
  - 5.2.4. Proaktive Rechenschaftspflicht

- 5.3. Legitimation und Berechtigung zur Bearbeitung
  - 5.3.1. Grundlage der Legitimität
  - 5.3.2. Berechtigungen für die Verarbeitung besonderer Datenkategorien
  - 5.3.3. Kommunikation von Daten
- 5.4. Rechte des Einzelnen
  - 5.4.1. Transparenz und Information
  - 5.4.2. Zugang
  - 5.4.3. Berichtigung und Löschung (Recht auf Vergessenwerden), Einschränkung und Übertragbarkeit
  - 5.4.4. Widersprüche und automatisierte Einzelentscheidungen
  - 5.4.5. Grenzen der Rechte
- 5.5. Risikoanalyse und -management
  - 5.5.1. Identifizierung von Risiken und Bedrohungen für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen
  - 5.5.2. Risikobewertung
  - 5.5.3. Risikobehandlungsplan
- 5.6. Proaktive Haftungsmaßnahmen
  - 5.6.1. Identifizierung von Techniken zur Gewährleistung und zum Nachweis der Einhaltung der Vorschriften
  - 5.6.2. Organisatorische Maßnahmen
  - 5.6.3. Technische Maßnahmen
  - 5.6.4. Management von Sicherheitsverletzungen bei personenbezogenen Daten
  - 5.6.5. Das Register der Verarbeitungstätigkeiten
- 5.7. Die Folgenabschätzung zum Schutz personenbezogener Daten (DPIA)
  - 5.7.1. Aktivitäten, die DPIA erfordern
  - 5.7.2. Methodik der Bewertung
  - 5.7.3. Identifizierung von Risiken, Bedrohungen und Konsultation der Aufsichtsbehörde
- 5.8. Vertragliche Regelung: Verantwortliche, Beauftragte und andere Personen
  - 5.8.1. Verträge zum Datenschutz
  - 5.8.2. Zuweisung von Verantwortlichkeiten
  - 5.8.3. Verträge zwischen mitverantwortlichen Parteien
- 5.9. Internationale Datenübermittlung
  - 5.9.1. Definition und zu treffende Schutzmaßnahmen
  - 5.9.2. Standardvertragsklauseln
  - 5.9.3. Andere Instrumente zur Regelung von Überweisungen

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

## Modul 6. Skalierbare und zuverlässige Massendaten-Nutzungssysteme

- 6.1. Skalierbarkeit, Verlässlichkeit und Wartungsfreundlichkeit
  - 6.1.1. Skalierbarkeit
  - 6.1.2. Verlässlichkeit
  - 6.1.3. Instandhaltbarkeit
- 6.2. Datenmodelle
  - 6.2.1. Entwicklung von Datenmodellen
  - 6.2.2. Vergleich zwischen dem relationalen Modell und dem dokumentenbasierten NoSQL-Modell
  - 6.2.3. Netzmodell
- 6.3. Datenspeicher- und -abrufsysteme
  - 6.3.1. Strukturierte Speicherung von Logs
  - 6.3.2. Speicherung in Segmenttabellen
  - 6.3.3. B-Bäume
- 6.4. Dienste, Nachrichtenübermittlung und Datenkodierungsformate
  - 6.4.1. Datenfluss in REST-Diensten
  - 6.4.2. Datenfluss bei der Nachrichtenübermittlung
  - 6.4.3. Formate für den Nachrichtenversand
- 6.5. Replikation
  - 6.5.1. CAP-Theorem
  - 6.5.2. Konsistenzmodelle
  - 6.5.3. Replikationsmodelle auf der Grundlage von Leader- und Follower-Konzepten
- 6.6. Verteilte Transaktionen
  - 6.6.1. Atomare Transaktionen
  - 6.6.2. Verteilte Transaktionen aus verschiedenen Ansätzen Calvin, Spanner
  - 6.6.3. Serialisierbarkeit
- 6.7. Aufteilung
  - 6.7.1. Arten der Partitionierung
  - 6.7.2. Indexe in Partitionen
  - 6.7.3. Neugewichtung der Partition

- 6.8. Stapelverarbeitung
  - 6.8.1. Stapelverarbeitung
  - 6.8.2. MapReduce
  - 6.8.3. Post-MapReduce-Ansätze
- 6.9. Verarbeitung von Datenströmen
  - 6.9.1. Nachrichten-Systeme
  - 6.9.2. Persistenz von Datenströmen
  - 6.9.3. Datenfluss Verwendungen und Operationen
- 6.10. Anwendungsbeispiele. Twitter, Facebook, Uber
  - 6.10.1. Twitter: die Verwendung von Caches
  - 6.10.2. Facebook: nichtrelationale Modelle
  - 6.10.3. Uber: verschiedene Modelle für verschiedene Zwecke

## Modul 7. Systemverwaltung für verteilte Einsätze

- 7.1. Klassische Verwaltung. Das monolithische Modell
  - 7.1.1. Klassische Anwendungen. Monolithisches Modell
  - 7.1.2. Systemanforderungen für monolithische Anwendungen
  - 7.1.3. Die Verwaltung von monolithischen Systemen
  - 7.1.4. Automatisierung
- 7.2. Verteilte Anwendungen. *Microservices*
  - 7.2.1. Paradigma der verteilten Datenverarbeitung
  - 7.2.2. Microservice-basierte Modelle
  - 7.2.3. Systemanforderungen für verteilte Modelle
  - 7.2.4. Monolithisch vs. Verteilte Anwendungen
- 7.3. Tools zur Ressourcenausbeutung
  - 7.3.1. Verwaltung von „Eisen“
  - 7.3.2. Virtualisierung
  - 7.3.3. Emulation
  - 7.3.4. Paravirtualisierung
- 7.4. IaaS, PaaS und SaaS-Modelle
  - 7.4.1. IaaS-Modell
  - 7.4.2. PaaS-Modell
  - 7.4.3. SaaS-Modell
  - 7.4.4. Entwurfsmuster



- 7.5. Containerisierung
  - 7.5.1. Virtualisierung mit cgroups
  - 7.5.2. Containers
  - 7.5.3. Von der Anwendung zum Container
  - 7.5.4. Container-Orchestrierung
- 7.6. Clustering
  - 7.6.1. Hohe Leistung und hohe Verfügbarkeit
  - 7.6.2. Modelle für hohe Verfügbarkeit
  - 7.6.3. Cluster als SaaS-Plattform
  - 7.6.4. Cluster-Sicherung
- 7.7. Cloud Computing
  - 7.7.1. Cluster vs. Clouds
  - 7.7.2. Arten von Clouds
  - 7.7.3. Cloud-Service-Modelle
  - 7.7.4. Überzeichnung
- 7.8. Überwachung und Prüfung
  - 7.8.1. Arten der Überwachung
  - 7.8.2. Visualisierung
  - 7.8.3. Prüfung der Infrastruktur
  - 7.8.4. *Chaos Engineering*
- 7.9. Fallstudie: Kubernetes
  - 7.9.1. Struktur
  - 7.9.2. Verwaltung
  - 7.9.3. Bereitstellung von Dienstleistungen
  - 7.9.4. Entwicklung von Diensten für K8S
- 7.10. Fallstudie: OpenStack
  - 7.10.1. Struktur
  - 7.10.2. Verwaltung
  - 7.10.3. Einsätze
  - 7.10.4. Entwicklung von Diensten für OpenStack





## Modul 8. Internet of Things

- 8.1. Internet of Things (IoT)
  - 8.1.1. Internet der Zukunft
  - 8.1.2. Internet of Things und Industrial Internet of Things
  - 8.1.3. Industrielles Internet-Konsortium
- 8.2. Referenzarchitektur
  - 8.2.1. Referenzarchitektur
  - 8.2.2. Schichten und Komponenten
- 8.3. IoT-Geräte
  - 8.3.1. Klassifizierung
  - 8.3.2. Komponenten
  - 8.3.3. Sensoren und Aktuatoren
- 8.4. Kommunikationsprotokolle
  - 8.4.1. Klassifizierung
  - 8.4.2. OSI-Modell
  - 8.4.3. Technologien
- 8.5. IoT- und IIoT-Plattformen
  - 8.5.1. Die IoT-Plattform
  - 8.5.2. Allzweck-Cloud-Plattformen
  - 8.5.3. Industrielle Plattformen
  - 8.5.4. Open-Source-Plattformen
- 8.6. Datenmanagement in IoT-Plattformen
  - 8.6.1. Verwaltungsmechanismen
  - 8.6.2. Offene Daten
  - 8.6.3. Datenaustausch
  - 8.6.4. Datenvisualisierung
- 8.7. IoT-Sicherheit
  - 8.7.1. Sicherheitsanforderungen
  - 8.7.2. Sicherheitsbereiche
  - 8.7.3. Sicherheitsstrategien
  - 8.7.4. IIoT-Sicherheit
- 8.8. Anwendungsbereiche von IoT-Systemen
  - 8.8.1. Intelligente Städte
  - 8.8.2. Gesundheit und Fitness
  - 8.8.3. Intelligentes Zuhause
  - 8.8.4. Andere Anwendungen

- 8.9. Anwendung des IIoT in verschiedenen Industriesektoren
  - 8.9.1. Herstellung
  - 8.9.2. Transport
  - 8.9.3. Energie
  - 8.9.4. Landwirtschaft und Viehzucht
  - 8.9.5. Andere Sektoren
- 8.10. Integration des IIoT in das Industrie 4.0-Modell
  - 8.10.1. IoRT (Internet of Robotics Things)
  - 8.10.2. 3D-Additive-Fertigung
  - 8.10.3. Big Data Analytics

## Modul 9. Projektmanagement und Agile Methoden

- 9.1. Projektleitung und -management
  - 9.1.1. Das Projekt
  - 9.1.2. Phasen eines Projekts
  - 9.1.3. Projektleitung und -management
- 9.2. PMI-Methode für das Projektmanagement
  - 9.2.1. PMI (Project Management Institute)
  - 9.2.2. PMBOK
  - 9.2.3. Unterschied zwischen Projekt, Programm und Projektportfolio
  - 9.2.4. Entwicklung der Organisationen, die mit Projekten arbeiten
  - 9.2.5. Prozesswerte in Organisationen
- 9.3. PMI-Methode für das Projektmanagement: Prozess
  - 9.3.1. Prozessgruppen
  - 9.3.2. Wissensgebiete
  - 9.3.3. Prozess-Matrix
- 9.4. Agile Methoden für das Projektmanagement
  - 9.4.1. VUCA-Kontext (Volatilität, Ungewissheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit)
  - 9.4.2. Agile Werte
  - 9.4.3. Grundsätze des Agilen Manifests
- 9.5. *Framework* Agile SCRUM für das Projektmanagement
  - 9.5.1. Scrum
  - 9.5.2. Die Säulen der Scrum-Methodik
  - 9.5.3. Werte in Scrum
- 9.6. *Framework* Agile SCRUM für das Projektmanagement. Prozess
  - 9.6.1. Der Scrum-Prozess
  - 9.6.2. Typisierte Rollen in einem Scrum-Prozess
  - 9.6.3. Zeremonien in Scrum

- 9.7. *Framework* Agile SCRUM für das Projektmanagement. Artefakte
  - 9.7.1. Artefakte in einem Scrum-Prozess
  - 9.7.2. Das Scrum-Team
  - 9.7.3. Metriken zur Bewertung der Leistung von Scrum-Teams
- 9.8. *Framework* Agile KANBAN für das Projektmanagement. Kanban-Methode
  - 9.8.1. Kanban
  - 9.8.2. Vorteile von Kanban
  - 9.8.3. Kanban-Methode. Elemente
- 9.9. *Framework* Agile KANBAN für das Projektmanagement. Praktiken der Kanban-Methode
  - 9.9.1. Kanban-Werte
  - 9.9.2. Grundsätze der Kanban-Methode
  - 9.9.3. Allgemeine Praktiken der Kanban-Methode
  - 9.9.4. Metriken für die Kanban-Leistungsbewertung
- 9.10. Vergleich: PMI, SCRUM und KANBAN
  - 9.10.1. PMI – SCRUM
  - 9.10.2. PMI – KANBAN
  - 9.10.3. SCRUM - KANBAN

## Modul 10. Kommunikation, Führung und Teammanagement

- 10.1. Organisatorische Entwicklung im Unternehmen
  - 10.1.1. Klima, Kultur und organisatorische Entwicklung im Unternehmen
  - 10.1.2. Management des Humankapitals
- 10.2. Management-Modelle. Entscheidungsfindung
  - 10.2.1. Paradigmenwechsel bei den Management-Modellen
  - 10.2.2. Managementprozess des Technologieunternehmens
  - 10.2.3. Entscheidungsfindung. Planungsinstrumente
- 10.3. Führung. Delegation und Ermächtigung
  - 10.3.1. Führung
  - 10.3.2. Delegation und Ermächtigung
  - 10.3.3. Leistungsbewertung
- 10.4. Führung. Talent- und Engagementmanagement
  - 10.4.1. Talentmanagement im Unternehmen
  - 10.4.2. Engagementmanagement im Unternehmen
  - 10.4.3. Verbesserung der Kommunikation im Unternehmen
- 10.5. Angewandtes Coaching im Unternehmen
  - 10.5.1. Management-Coaching
  - 10.5.2. Team-Coaching
- 10.6. Angewandtes *Mentoring* im Unternehmen
  - 10.6.1. Profil des Mentors
  - 10.6.2. Die 4 Prozesse eines *Mentoring*-Programms
  - 10.6.3. Tools und Techniken in einem *Mentoring*-Prozess
  - 10.6.4. Vorteile von *Mentoring* im Unternehmensumfeld
- 10.7. Teammanagement I. Zwischenmenschliche Beziehungen
  - 10.7.1. Zwischenmenschliche Beziehungen
    - 10.7.1.1. Beziehungsstile: Annäherungen
    - 10.7.1.2. Effiziente Meetings und Vereinbarungen in schwierigen Situationen
- 10.8. Teammanagement II. Die Konflikte
  - 10.8.1. Die Konflikte
  - 10.8.2. Konfliktvermeidung, -bewältigung und -beilegung
    - 10.8.2.1. Strategien zur Konfliktvermeidung
    - 10.8.2.2. Management von Konflikten. Grundlegende Prinzipien
    - 10.8.2.3. Strategien zur Konfliktlösung
  - 10.8.3. Stress und Arbeitsmotivation
- 10.9. Teammanagement III. Verhandlung
  - 10.9.1. Verhandlung auf Managementebene in Technologieunternehmen
  - 10.9.2. Verhandlungsstile
  - 10.9.3. Phasen der Verhandlung
    - 10.9.3.1. Bei Verhandlungen zu überwindende Hindernisse
- 10.10. Teammanagement IV. Verhandlungstechniken
  - 10.10.1. Verhandlungstechniken und -strategien
    - 10.10.1.1. Strategien und Hauptarten der Verhandlung
    - 10.10.1.2. Verhandlungstaktik und praktische Fragen
  - 10.10.2. Die Figur des Verhandlungsführers

## Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 11.1. Globalisierung und Governance
  - 11.1.1. Governance und Corporate Governance
  - 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
  - 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 11.2. 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*

## Modul 15. Geschäftsleitung

- 15.1. General Management
  - 15.1.1. Konzept des General Management
  - 15.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
  - 15.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
  - 15.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 15.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
  - 15.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 15.3. Operations Management
  - 15.3.1. Bedeutung des Managements
  - 15.3.2. Die Wertschöpfungskette
  - 15.3.3. Qualitätsmanagement
- 15.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
  - 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 15.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 15.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 15.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
  - 15.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 15.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
  - 15.5.3. Kommunikation in der Organisation
  - 15.5.4. Werkzeuge in der Organisation

- 15.6. Krisenkommunikation
  - 15.6.1. Krise
  - 15.6.2. Phasen der Krise
  - 15.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 15.7. Einen Krisenplan vorbereiten
  - 15.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
  - 15.7.2. Planung
  - 15.7.3. Angemessenheit des Personals
- 15.8. Emotionale Intelligenz
  - 15.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
  - 15.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
  - 15.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 15.9. *Personal Branding*
  - 15.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
  - 15.9.2. Regeln des Personal Branding
  - 15.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.10. Führungsrolle und Teammanagement
  - 15.10.1. Leadership und Führungsstile
  - 15.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
  - 15.10.3. Management von Veränderungsprozessen
  - 15.10.4. Leitung multikultureller Teams







“

*Eine einzigartige Fortbildung,  
die sich durch die Qualität der  
Inhalte und das hervorragende  
Lehrpersonal auszeichnet"*

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



“

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

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

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

**Technologischen Universität.**

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

Titel: **Privater Masterstudiengang MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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

zukunft

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

**tech** technologische  
universität

Privater Masterstudiengang  
MBA in Technische Leitung von  
Data Science im Unternehmen

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



# Privater Masterstudiengang

## MBA in Technische Leitung von Data Science im Unternehmen