

Privater Masterstudiengang

Statistik Angewandt auf die Wirtschaft



Privater Masterstudiengang Statistik Angewandt auf die Wirtschaft

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/ingenieurwissenschaften/masterstudiengang/masterstudiengang-statistik-angewandt-wirtschaft

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 28

06

Qualifizierung

Seite 36

01

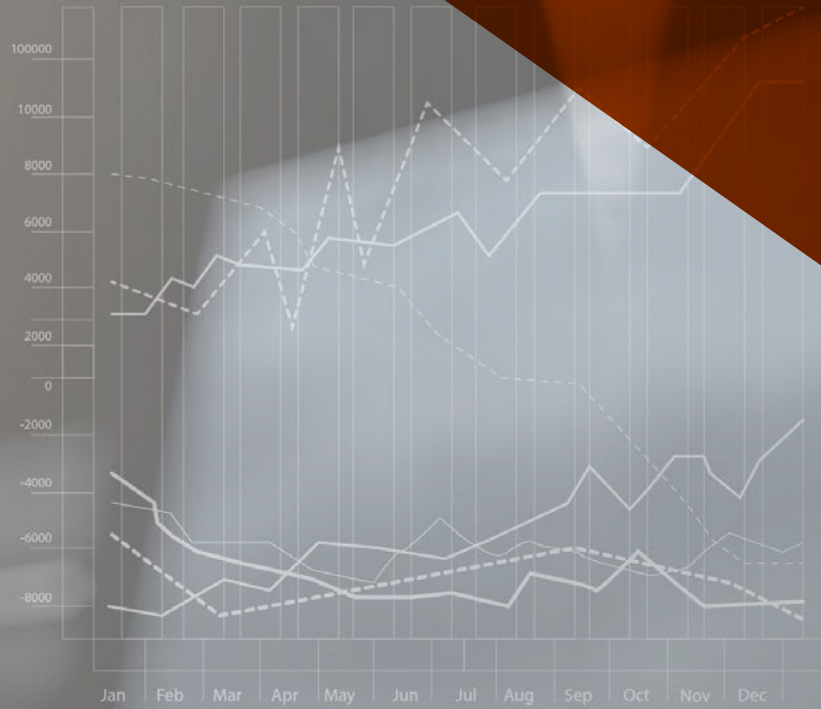
Präsentation

Die Statistik erweist sich als ein äußerst wertvolles Instrument für die heutige Geschäftswelt. Dank der Entwicklung der Technologie ist es heute möglich, große Mengen an Daten über soziale, politische und wirtschaftliche Verhaltensweisen und Trends zu erhalten. Dies ermöglicht es Unternehmen, Zukunftsvoraussagen zu treffen, die ihre Handlungsrichtlinien basierend auf den effektivsten und effizientesten Strategien zur Steigerung der Rentabilität oder zur Annäherung an ihre Ziele bestimmen. Es handelt sich daher um eine Disziplin, die, wenn sie richtig angewendet wird, viele berufliche Möglichkeiten eröffnen kann. Die Teilnahme an diesem 100%igen Online-Programm ermöglicht es Ihnen, sich auf Statistik angewandt auf die Wirtschaft zu spezialisieren und ein umfassendes Verständnis der wichtigsten Informations- und Marktforschungsquellen und -techniken zu erlangen. Dazu stehen Ihnen 1.500 Stunden theoretisch-praktisches und multidisziplinäres Material zur Verfügung, das Ihr Talent auf höchstem Niveau fördert.



Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management





“

Sie sind auf der Suche nach einem Abschluss, mit dem Sie sich auf Statistik angewandt auf die Wirtschaft spezialisieren können, und haben keine Zeit, den Unterricht vor Ort zu besuchen? Dann haben Sie jetzt die perfekte Gelegenheit, das Studium zu 100% online zu absolvieren!"

Innovation
Branding
Solution
Marketing
Analysis
Ideas
Success
Management

Die digitale Revolution und die Entwicklung der Technologie, insbesondere im Bereich des Internets, haben die Schaffung einer Umgebung begünstigt, in der praktisch alle Verhaltensweisen eines Nutzers messbar sind. Durch die umfangreiche Speicherung von Informationen, die aus Websites und Anwendungen extrahiert werden, ist es heute möglich, soziale, politische und wirtschaftliche Trends mit einem sehr hohen Maß an Vorhersagbarkeit zu bestimmen, basierend auf Registrierungsindikatoren und Daten, die bei konkreten Aktionen erstellt werden (z. B. das Klicken auf eine Anzeige, den Kauf eines Produkts, die Abmeldung von einem Dienst, usw.). Dank der Anwendung der Statistik als analytische und verwaltende Disziplin wird Information organisiert und beschrieben, um sie mit möglichst geringer Fehlerquote auf zukünftige Schätzungen anwenden zu können.

Diese Wissenschaft hat sich jedoch in den letzten Jahren erheblich weiterentwickelt, indem sie immer komplexere, ausgefeiltere und spezialisierte Tools für die umfangreiche Verarbeitung von Daten in ihre Praxis integriert hat. Aus diesem Grund hat TECH die Entwicklung eines Programms für notwendig erachtet, das es den Studenten ermöglicht, sich in diesem Bereich durch eine akademische Erfahrung zu spezialisieren, die nicht nur ihren Bedürfnissen, sondern auch den Anforderungen des aktuellen Arbeitsmarktes entspricht. So entstand der Private Masterstudiengang in Statistik Angewandt auf die Wirtschaft, ein umfassendes und multidisziplinäres Studienprogramm, das es den Fachkräften ermöglicht, die neuesten Entwicklungen in diesem Bereich zu vertiefen.

Durch 1.500 Stunden theoretisch-praktisches Material und ergänzende Ressourcen können sie die Grundlagen der statistischen Indizes und ihrer Eigenschaften im Zusammenhang mit sozialen Informationen und Marktforschung im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld im Detail erlernen. Außerdem lernen sie die wichtigsten Datenbanken, ihr Design und die effektivsten Lern- und Fehlerbehebungsstrategien für ihre Verwaltung und Handhabung kennen. Die Studenten werden die erforderlichen Fähigkeiten erwerben, um die wichtigsten statistischen Softwareanwendungen für die Marktforschung und die Finanzanalyse zu beherrschen. All dies erfolgt zu 100% online und über einen Zeitraum von 12 Monaten, in denen die Fachkräfte Zugang zum virtuellen Campus und zum gesamten Studienmaterial von jedem internetfähigen Gerät aus haben. Es handelt sich daher um eine einzigartige Gelegenheit, sich in einem stetig wachsenden Bereich durch eine innovative akademische Erfahrung zu spezialisieren, ohne festgelegte Stundenpläne oder Präsenzveranstaltungen.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Statistik Angewandt auf die Wirtschaft** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für angewandte Statistik vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll technische und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, 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 Programm auf dem neuesten Stand der Wirtschaftsstatistik, das 1.500 Stunden vielfältiger Inhalte umfasst: vom besten Lehrplan bis hin zu Anwendungsfällen und zusätzlichem multidisziplinärem Material"

“ *Möchten Sie HTML und reguläre Ausdrücke für die Webprogrammierung lernen? Mit diesem Programm erwerben Sie die notwendigen Kenntnisse, um CSS-Attribute und deren Codes perfekt zu handhaben*”

Zu den Dozenten 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 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.

Ein privater Masterstudiengang, der Sie mit allem ausstattet, was Sie brauchen, um die wichtigsten Techniken zur Sammlung und Speicherung von Daten aus Webseiten perfekt zu beherrschen.

Sie werden in der Lage sein, sich über die aktuellen Datenbanken sowie die effektivsten und ausgefeiltesten Design- und Verwaltungsstrategien auf dem Laufenden zu halten.



02 Ziele

Die Bedeutung der Statistik in der heutigen wirtschaftlichen Umgebung hat sie zu einem unverzichtbaren Instrument für die optimale Entwicklung von Märkten und Unternehmen gemacht. Aus diesem Grund und vor dem Hintergrund der Fortschritte in diesem Wissenschaftsbereich hat TECH beschlossen, ein Programm einzuführen, das es den Studenten ermöglicht, sich über die neuesten Entwicklungen zu informieren und sich auf die Beherrschung von Statistikstrategien und Softwareanwendungen zu spezialisieren. Das Ziel dieses privaten Masterstudiengangs ist es daher, ihnen das gesamte Material zur Verfügung zu stellen, das sie benötigen, um dieses Ziel durch eine innovative und intensive akademische Erfahrung zu erreichen, die ihr Talent auf dem Höhepunkt der Branche positionieren wird.





“

Wenn Sie die Beherrschung der verschiedenen Regressionsmodelle (Panel, räumlich oder quantitativ) anstreben, ist dieser Private Masterstudiengang genau das Richtige für Sie. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"



Allgemeine Ziele

- ◆ Anwenden des Wissens in professioneller Weise auf ihre Arbeit oder ihren Beruf und Verfügen über die Kompetenzen, die sie in der Regel durch die Ausarbeitung und Verteidigung von Argumenten und die Lösung von Problemen in ihrem Studienbereich unter Beweis stellen
- ◆ Durchführen grundlegender Vorgänge im Zusammenhang mit der Datenbereinigung
- ◆ Verwenden der geeigneten Informationsquellen für jede Art von angewandter Studie
- ◆ Beschreiben der wichtigsten Quellen für das langfristige Wachstum der gesamtwirtschaftlichen Produktion in einer Volkswirtschaft
- ◆ Berechnen und Verwenden von Lebenshaltungskostenelastizitäten und -indizes



TECH möchte mit diesem Programm erreichen, dass Sie Ihre eigenen Ziele mit dem Kurs erreichen. Aus diesem Grund finden Sie in diesem Privaten Masterstudiengang alle Ressourcen, die Sie benötigen, um dieses Ziel in mindestens 12 Monaten zu erreichen"



Spezifische Ziele

Modul 1. Wirtschaftsstatistik

- ◆ Studieren, Verstehen und Anwenden spezifischer Methoden zur Untersuchung der zeitlichen Entwicklung einer Größe, wie z. B. Variationsindizes und klassische Zeitreihenanalyse

Modul 2. Quellen und Techniken für die Sammlung von Sozial- und Marktinformationen

- ◆ Sensibilisieren der Teilnehmer für die Bedeutung der kommerziellen Forschung bei taktischen und strategischen Entscheidungen in Unternehmen und Organisationen im Allgemeinen
- ◆ Stimulieren des kritischen Denkens und der Selbstreflexion über den Inhalt des Programms
- ◆ Verstehen und kritisches Bewerten von Umfragen als Technik der Sozialforschung und Entwickeln der notwendigen Fähigkeiten, um Umfragen zu entwerfen, durchzuführen und zu analysieren
- ◆ Treffen einer guten Auswahl von Informationen

Modul 3. Datenbanken: Entwurf und Verwaltung

- ◆ Verstehen der Computeralgorithmen zur Verwaltung einer Datenbank und der Sprache SQL
- ◆ Kritisches Bewerten und mit Qualitätskriterien der vollendeten Arbeit
- ◆ Verwalten einer Datenbank
- ◆ Identifizieren der Kategorien von Daten und korrekte Maßnahmen
- ◆ Erkennen der Vor- und Nachteile des Internets als wichtige Informationsquelle in der Statistik
- ◆ Verfügen und Verstehen der Kenntnisse in einem Studienbereich, der auf den Grundlagen der allgemeinen Sekundarschulbildung aufbaut und in der Regel auf einem Niveau ist, das zwar auf fortgeschrittenen Lehrbüchern beruht, aber auch einige Aspekte umfasst, die Wissen aus dem Spitzenbereich ihres Studienbereichs beinhalten

Modul 4. Datenanalyse und Datenbereinigung

- ◆ Definieren einer explorativen Datenanalyse (EDA) und was ihre Ziele sind
- ◆ Nennen der Schritte, die bei der Durchführung von EDA zu befolgen sind
- ◆ Auswählen geeigneter grafischer und numerischer Methoden zur Untersuchung von Parametern und/oder Beziehungen der Daten von Interesse
- ◆ Überprüfen, ob bestimmte Hypothesen von Interesse in den Daten bestätigt werden (Normalität, Linearität, Homoskedastizität)
- ◆ Identifizieren von univariaten, bivariaten und multivariaten Ausreißern
- ◆ Verstehen der verschiedenen Arten von fehlenden Daten und Bewertung ihrer möglichen Auswirkungen

Modul 5. Statistisches System und Wirtschaftsindikatoren

- ◆ Beschreiben und Analysieren der Elemente, von denen sowohl die Wahl der Verbraucher als auch die der Produzenten abhängt
- ◆ Berechnen des Marktgleichgewichts eines Gutes und seiner Veränderungen als Reaktion auf Verschiebungen der Angebots- und Nachfragekurven
- ◆ Beschreiben der Akteure und Merkmale eines Marktes mit vollkommenem Wettbewerb und Berechnen des Gleichgewichts
- ◆ Beschreiben der Merkmale des Finanzsystems und der Akteure und Institutionen, die es bilden
- ◆ Erklären des Konzepts des makroökonomischen Gleichgewichts und seiner Eigenschaften unter Verwendung des Modells von Gesamtangebot und Gesamtnachfrage

Modul 6. Statistische Software

- ◆ Kennenlernen der Arbeitsumgebung von R
- ◆ In der Lage sein, ein statistisches Programm in R zu entwickeln
- ◆ Kennen der verschiedenen Arten von Funktionen, die von R verwendet werden
- ◆ Verwenden von R als Hilfe bei der Betrachtung und Auswertung statistischer Daten

Modul 7. Marktforschung und Marktanalyse: Verfahren und Anwendungen

- ◆ Erlernen der Grundlagen der Marktforschung und des Marketingkonzepts
- ◆ Kennenlernen der verschiedenen Arten der Marktforschung im Detail

Modul 8. Multivariate statistische Verfahren

- ◆ Erarbeiten der konzeptionellen und praktischen Grundlagen für die Durchführung der multivariaten qualitativen Datenanalyse
- ◆ Anwenden spezifischer Software zur Lösung jedes dieser Probleme

Modul 9. Ökonometrische Methoden in Wirtschaft und Finanzen

- ◆ Erstellen von Analysen und empirischen Studien im Bereich Wirtschaft
- ◆ Erklären, diagnostizieren und Prognosen zur Situation der wichtigsten wirtschaftlichen und finanziellen Variablen erstellen
- ◆ Überprüfen der wichtigsten Quellen für statistische Informationen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften über das Internet
- ◆ Identifizieren der am besten geeigneten ökonometrischen Technik für die quantitative Untersuchung der Wirtschaftswissenschaften
- ◆ Anwenden und Einübung der spezifischen Software R für ökonometrische Analysen

Modul 10. Umfragesegmentierung und Verarbeitungstechniken

- ◆ Erwerben der notwendigen Mittel und Fähigkeiten zur Gewinnung, Verarbeitung und Interpretation von Daten in verschiedenen Wissenschaftsbereichen, insbesondere in solchen, in denen Informationen durch Umfragen erhoben werden
- ◆ Erlernen der Analyse von qualitativen Daten aus Umfragen, univariaten, bivariaten und multivariaten Daten

03

Kompetenzen

Der Lehrplan dieses Privaten Masterstudiengangs in Statistik Angewandt auf die Wirtschaft wurde so konzipiert, dass Studenten, nachdem sie alle Kriterien erfüllt haben, eine Reihe von beruflichen Kompetenzen beherrschen werden, die ihr Profil auf das höchste Niveau heben werden. Dank dieses Kurses werden sie die Techniken zur Segmentierung und Bearbeitung von Umfragen perfekt beherrschen, ebenso wie die neuesten und effektivsten ökonometrischen Methoden in Wirtschaft und Finanzen, neben anderen Fähigkeiten. Darüber hinaus werden sie eine umfassende Kenntnis der statistischen Tools und Software im R-Umfeld erwerben, sowohl im *Skript*-Modus als auch in der Konsole der wichtigsten digitalen Umgebungen.



```
10001010110011010100 10001010110011010100
01001010011001100101 0100101001100110001001
01010011000101001010 010100110001010010101
01000100011001100100 1000100011001100100100
10001010110011010100 01001010110011010101100100
01001010011001100010 010010100110011010000101
01010011100010110010 010100111000101010101
01000100011001100100 01000100011001100100
```





“

Ein privater Masterstudiengang, mit dem Sie in der Lage sind, die erforderlichen Fähigkeiten zu erwerben, um die im Bereich der digitalen Statistik durchgeführten Arbeiten anhand von Qualitätskriterien kritisch zu bewerten"



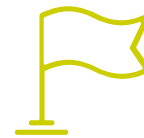
Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Beherrschen der grundlegenden theoretischen und praktischen Aspekte der Statistik Angewandt auf die Wirtschaft
- ◆ Entwickeln eines umfassenden Umgangs mit den wichtigsten Instrumenten dieses Sektors sowie einer detaillierten Kenntnis der Vor- und Nachteile ihrer Verwendung je nach Situation
- ◆ Bestimmen der wichtigsten Strategien für die Untersuchung von Eventualitäten mittels spezialisierter Korrespondenzanalyse in den Bereichen Statistik, Wirtschaft und Finanzen



Durch die Lösung von Anwendungsfällen, die auf realen statistischen Situationen basieren, können Sie Ihre Fähigkeiten in der Datenverarbeitung und der effektiven Datenspeicherung perfektionieren"





Spezifische Kompetenzen

- ◆ Entwickeln einer breiten und spezialisierten Kenntnis der Wirtschaftsstatistik und ihrer Bedeutung auf dem heutigen Industriemarkt
- ◆ Beherrschen der wichtigsten Quellen und Techniken für die Erhebung von Sozial- und Marktinformationen im Detail
- ◆ Beherrschen der wichtigsten wirtschaftlichen und statistischen Datenbanken sowie der am häufigsten verwendeten Informationssysteme in diesem Bereich
- ◆ Anwenden der wirksamsten und effizientesten Strategien zur Untersuchung und Filterung von Daten im aktuellen Umfeld in ihrer beruflichen Praxis
- ◆ Beherrschen der wichtigsten statistischen Systeme sowie der Wirtschaftsindikatoren der Makroökonomie
- ◆ Einführen des Studenten in die Verwendung von Objekten in R sowie in den *Script*-Modus für Konsolenumgebungen
- ◆ Bestimmen der wichtigsten kommerziellen Forschungs- und Marktanalysestrategien durch eine umfassende Kenntnis ihrer Verfahren und Anwendungen
- ◆ Beherrschen der Anwendung der geschichteten Analyse in 2x2-Tabellen, sowie der Formulierung von Problemen in loglinearen Modellen
- ◆ Vertiefen der Kenntnisse ökonomischer Methoden in den Wirtschafts- und Finanzwissenschaften sowie von Modellen mit Querschnittsdaten zu deren Anwendung im statistischen Bereich
- ◆ Vertiefen der Kenntnisse von Segmentierungs- und Umfragetechniken für den Einsatz in der heutigen Wirtschaft und Industrie

04

Struktur und Inhalt

Bei der Entwicklung der Struktur und des Inhalts dieses Programms hat TECH die fachlichen Kriterien einer Gruppe von Experten für Wirtschaft und Statistik berücksichtigt, die für die Zusammenstellung aller Informationen, aus denen sich der Lehrplan zusammensetzt, sowie des vielfältigen Begleitmaterials verantwortlich waren. Auf diese Weise erhält der Student Zugang zu theoretisch-praktischen und multidisziplinären Inhalten von höchster Qualität, die eine umfassende Spezialisierung in nur 12 Monaten garantieren. Darüber hinaus zeichnet sich dieser private Masterstudiengang durch sein bequemes und flexibles Online-Format aus, das es dem Studenten ermöglicht, das höchste Fortbildungsniveau zu erreichen, ohne dass er sich an einen festen Stundenplan halten oder persönlich anwesend sein muss.



Close

25,653

264

“

Ein flexibles und hochmodernes Programm, das Ihnen die Möglichkeit gibt, sich von jedem Ort und rund um die Uhr über jedes Gerät mit Internetanschluss zu verbinden, sei es ein PC, ein Tablet oder ein Mobiltelefon”

Modul 1. Wirtschaftsstatistik

- 1.1. Einführung
 - 1.1.1. Definition von Variationsindizes
 - 1.1.2. Nützlichkeit von Variationsindizes
- 1.2. Klassifizierung von Indizes
 - 1.2.1. Einfache Indizes
 - 1.2.2. Zusammengesetzte Indizes
- 1.3. Einfache Indizes
 - 1.3.1. Raten der Veränderung
- 1.4. Ungewichtete zusammengesetzte Indizes
 - 1.4.1. Definition
 - 1.4.2. Eigenschaften
- 1.5. Gewichtete zusammengesetzte Indizes
 - 1.5.1. Laspeyres-Indizes
 - 1.5.2. Paasche-Indizes
 - 1.5.3. Edgeworth-Indizes
 - 1.5.4. Fisher-Indizes
- 1.6. Wert-Indizes
 - 1.6.1. Definition
 - 1.6.2. Eigenschaften
- 1.7. Index-Eigenschaften
 - 1.7.1. Wichtigste Eigenschaften
 - 1.7.2. Anwendungen
- 1.8. Index-Operationen
 - 1.8.1. Erneuerung
 - 1.8.2. Link
 - 1.8.3. Änderung der Basis
- 1.9. Verkettete Indizes
 - 1.9.1. Der verkettete Laspeyres-Volumenindex
- 1.10. Serienbewertung
 - 1.10.1. Deflationierung von Wirtschaftsreihen

Modul 2. Quellen und Techniken zur Sammlung von Sozial- und Marktinformationen

- 2.1. Konzept der Sozial- und Marktforschung
 - 2.1.1. Definition
 - 2.1.2. Qualitäten
 - 2.1.3. Die Rolle der Sozial- und Marktforschung
- 2.2. Sozial- und Marktforschung
 - 2.2.1. Ziele
 - 2.2.2. Reichweite
 - 2.2.3. Planung
 - 2.2.4. Design
- 2.3. Informationsquellen
 - 2.3.1. Konzept
 - 2.3.2. Arten von Informationsquellen
 - 2.3.3. Sekundäre Quellen
 - 2.3.4. Primäre Quellen
- 2.4. Suchstrategien, Messung der Informationsquellen und Bewertung
 - 2.4.1. Art der Strategien
 - 2.4.2. Auswahl der Informationen
 - 2.4.3. Auswertung von Informationen
- 2.5. Methoden und Techniken der Informationssammlung
 - 2.5.1. Methodische Verfahren
 - 2.5.1.1. Ursprünglicher Ansatz
 - 2.5.1.2. Planung der Forschung
 - 2.5.1.3. Erhebung von Daten
 - 2.5.1.4. Analyse der Ergebnisse
 - 2.5.1.5. Erstellen des Berichts
 - 2.5.2. Projektive Techniken
 - 2.5.3. Die Beobachtung
 - 2.5.4. Der Pseudo-Kauf oder *Mystery Shopper*

- 2.6. Die Auswirkungen der neuen Datenerfassungstechniken und ihrer spezifischen Medien
 - 2.6.1. Umfrage
 - 2.6.2. Panels
 - 2.6.3. Beobachtung
 - 2.6.4. Fragebogen und Erhebungsprotokolle
- 2.7. Qualitative Methoden der Datenerhebung
 - 2.7.1. Merkmale der Erhebung
 - 2.7.2. Arten von Umfragen
 - 2.7.3. Gestaltung des Fragebogens
 - 2.7.4. Aufbau und Reihenfolge des Fragebogens
- 2.8. Feldarbeit
 - 2.8.1. Planung der Feldarbeit
 - 2.8.2. Sequentieller Prozess der Datenerhebung
 - 2.8.3. Methoden
 - 2.8.3.1. Quantitativ
 - 2.8.3.2. Nicht quantitativ
 - 2.8.4. Bewertung der Feldarbeit
- 2.9. Stichproben in der Sozial- und Marktforschung
 - 2.9.1. Das Stichprobenverfahren in der Marktforschung
 - 2.9.2. Methoden der Stichprobenziehung
 - 2.9.3. Bestimmung des Stichprobenumfangs
 - 2.9.4. Stichprobenfehler
- 2.10. Marketing-Informationssystem
 - 2.10.1. Konzept
 - 2.10.2. Analyse der Chancen und Gefahren
 - 2.10.3. Ziele
 - 2.10.4. Marketingstrategien
 - 2.10.5. Maßnahmen, Ergebnisse und Überwachung

Modul 3. Datenbanken: Entwurf und Verwaltung

- 3.1. Einführung in Datenbanken
 - 3.1.1. Was ist eine Datenbank?
 - 3.1.2. Geschichte der Datenbanksysteme
- 3.2. Informationssysteme und Datenbanken
 - 3.2.1. Konzepte
 - 3.2.2. Eigenschaften
 - 3.2.3. Entwicklung der Datenbanken
- 3.3. Definition und Merkmale eines Datenbankmanagementsystems.
 - 3.3.1. Definition
 - 3.3.2. Eigenschaften
- 3.4. Architektur von Datenbankverwaltungssystemen
 - 3.4.1. Zentralisierte und Client-Server-Architekturen
 - 3.4.2. Server-System-Architekturen
 - 3.4.3. Parallele Systeme
 - 3.4.4. Verteilte Systeme
 - 3.4.5. Arten von Netzwerken
- 3.5. Die wichtigsten Datenbankverwaltungssysteme
 - 3.5.1. Arten von DBMS
- 3.6. Entwicklung von Datenbankanwendungen
 - 3.6.1. Web-Schnittstellen für Datenbanken
 - 3.6.2. Leistungsoptimierung
 - 3.6.3. Leistungstests
 - 3.6.4. Normalisierung
 - 3.6.5. Elektronischer Geschäftsverkehr
 - 3.6.6. Älteres System
- 3.7. Stadien des Datenbankentwurfs
 - 3.7.1. Konzeptioneller Entwurf
 - 3.7.2. Logischer Entwurf
 - 3.7.3. Entwurf der Anwendung

- 3.8. Datenbank-Implementierung
 - 3.8.1. Strukturierte Abfragesprache (SQL)
 - 3.8.2. Datenverarbeitung
 - 3.8.3. Datenabfrage
 - 3.8.4. Datenbankverwaltung mit SQL
 - 3.8.5. Arbeiten mit SQLite-Datenbanken
- 3.9. Begriffe von HTML und reguläre Ausdrücke
 - 3.9.1. Struktur und Code einer Webseite
 - 3.9.2. HTML- und CSS-Tags und -Attribute
 - 3.9.3. Textsuche mit regulären Ausdrücken
 - 3.9.4. Sonderzeichen, Mengen, Gruppen und Wiederholungen
- 3.10. Sammeln und Speichern von Daten aus Webseiten
 - 3.10.1. Einführung in Web *Scraping* Tools
 - 3.10.2. Programmierung von Web-*Scraping*-Werkzeugen in Python
 - 3.10.3. Suchen und Beschaffen von Informationen mit regulären Ausdrücken
 - 3.10.4. Suche und Beschaffung von Informationen mit *Beautiful Soup*
 - 3.10.5. Ablegen in Datenbanken
 - 3.10.6. Exportieren von Ergebnissen in Dateien mit kommagetrennten Werten

Modul 4. Datenanalyse und Datenbereinigung

- 4.1. Datendateien: Kodierung und Transformation
 - 4.1.1. Datenkodierung
 - 4.1.2. Datenumwandlung
- 4.2. Überprüfung der Vollständigkeit der Daten: univariate Studie
 - 4.2.1. Modell
 - 4.2.2. Eigenschaften
- 4.3. Prüfung der Datenintegrität: bivariate Studie
 - 4.3.1. Modell
 - 4.3.2. Eigenschaften
- 4.4. Kontrolle der Datenintegrität: multivariate Studie
 - 4.4.1. Modell
 - 4.4.2. Eigenschaften
- 4.5. Erkennung von fehlenden Werten
 - 4.5.1. Probleme mit fehlenden Daten





- 4.6. Umgang mit verlorenen Werten
 - 4.6.1. Analyse fehlender Werte
- 4.7. Imputation von fehlenden Werten
 - 4.7.1. Imputation fehlender Werte für eindimensionale Variablen
 - 4.7.2. Mehrfache Imputationsmethoden
- 4.8. Normalitätstests zur Beurteilung der Ausgangsannahmen für die Datenanalyse
 - 4.8.1. Arten von Tests
 - 4.8.2. Beispiele
- 4.9. Homoskedastizitätstests zur Bewertung der Grundannahmen für die Datenanalyse
 - 4.9.1. Arten von Tests
 - 4.9.2. Beispiele
- 4.10. Unabhängigkeitstests zur Bewertung der Grundannahmen für die Datenanalyse
 - 4.10.1. Arten von Tests
 - 4.10.2. Beispiele

Modul 5. Statistisches System und Wirtschaftsindikatoren

- 5.1. Einführung
 - 5.1.1. Der Bereich der Wirtschaft
 - 5.1.2. Drei Prinzipien der Wirtschaftswissenschaften: Optimierung, Gleichgewicht und Empirie
 - 5.1.3. Ökonomische Methoden und Fragestellungen
- 5.2. Nachfrage, Angebot und Gleichgewicht
 - 5.2.1. Die Märkte
 - 5.2.2. Wie verhalten sich die Käufer?
 - 5.2.3. Wie verhalten sich die Verkäufer?
 - 5.2.4. Angebot und Nachfrage im Gleichgewicht
- 5.3. Verbraucher, Verkäufer und Anreize
 - 5.3.1. Das Käuferproblem
 - 5.3.2. Vom Problem des Käufers zur Nachfragekurve
 - 5.3.3. Elastizitäten der Nachfrage und Lebenshaltungskostenindizes
 - 5.3.4. Die Konsumentenrente
 - 5.3.5. Das Problem des Verkäufers
 - 5.3.6. Vom Problem des Verkäufers (auf einem Wettbewerbsmarkt) zur Angebotskurve
 - 5.3.7. Die Produzentenrente

- 5.4. Perfekte Konkurrenz und die unsichtbare Hand
 - 5.4.1. Perfekte Konkurrenz und Effizienz
 - 5.4.2. Die Preise treiben die unsichtbare Hand an
 - 5.4.3. Gerechtigkeit und Effizienz
- 5.5. Die Makroökonomie und ihre Entwicklung
 - 5.5.1. Reales und nominales BIP. Preisindizes
 - 5.5.2. Makroökonomische Fragen
 - 5.5.3. Was das BIP nicht misst
 - 5.5.4. Die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung: Das BIP, seine Messung und seine Grenzen
- 5.6. Analyse der Unterschiede im Lebensstandard zwischen den Ländern
 - 5.6.1. Das Einkommen als Element der Messung
 - 5.6.2. Die aggregierte Produktionsfunktion und die Produktivität
 - 5.6.3. Technologie
- 5.7. Wirtschaftswachstum
 - 5.7.1. Die Bedeutung des Wirtschaftswachstums
 - 5.7.2. Die Quellen des Wirtschaftswachstums
 - 5.7.3. Einführung in die Wachstumsrechnung
 - 5.7.4. Wachstum, Ungleichheit und Armut
- 5.8. Kurzfristige Wirtschaftsanalyse
 - 5.8.1. Konjunkturzyklen
 - 5.8.2. Makroökonomisches Gleichgewicht und Zyklen
 - 5.8.3. Multiplikatoren und kurz- und mittelfristiges Gleichgewicht
- 5.9. Stabilisierende Politiken
 - 5.9.1. Geldpolitik
 - 5.9.2. Steuerpolitik
- 5.10. Makroökonomie und internationaler Handel
 - 5.10.1. Die Vorteile des internationalen Handels
 - 5.10.2. Buchführung über den internationalen Handel
 - 5.10.3. Internationaler Handel und Wirtschaftswachstum

Modul 6. Statistische Software

- 6.1. Einführung in die R-Umgebung
 - 6.1.1. Wie funktioniert R?
 - 6.1.2. Erstellen, Auflisten und Entfernen von Objekten im Speicher
- 6.2. Die Konsole in R
 - 6.2.1. Die Konsolenumgebung in R
 - 6.2.2. Die wichtigsten Steuerelemente
- 6.3. R-Script-Modus
 - 6.3.1. Die Konsolenumgebung in R
 - 6.3.2. Die wichtigsten Befehle
- 6.4. Objekte in R
 - 6.4.1. Objekte
 - 6.4.2. Lesen von Daten aus einer Datei
 - 6.4.3. Speichern von Daten
 - 6.4.4. Erzeugen von Daten
- 6.5. Strukturen der Ausführungsablaufsteuerung
 - 6.5.1. Bedingte Strukturen
 - 6.5.2. Repetitive/Iterative Strukturen
 - 6.5.3. Vektoren und Arrays
- 6.6. Operationen mit Objekten
 - 6.6.1. Erstellung von Objekten
 - 6.6.2. Umwandlung von Objekten
 - 6.6.3. Betreiber
 - 6.6.4. Wie kann man auf die Werte eines Objekts zugreifen: das Indexierungssystem?
 - 6.6.5. Zugriff auf die Werte eines Objekts mit Namen
 - 6.6.6. Der Dateneditor
 - 6.6.7. Einfache arithmetische Funktionen
 - 6.6.8. Matrix-Berechnungen
- 6.7. Funktionen in R
 - 6.7.1. Schleifen und Vektorisierung
 - 6.7.2. Ein Programm in R schreiben
 - 6.7.3. Eigene Funktionen erstellen

- 6.8. Grafiken in R
 - 6.8.1. Umgang mit Graphen
 - 6.8.1.1. Mehrere Grafikgeräte öffnen
 - 6.8.1.2. ein Diagramm auslegen
 - 6.8.2. Grafische Funktionen
 - 6.8.3. Low-Level-Grafikbefehle
 - 6.8.4. Grafische Parameter
 - 6.8.5. Die Pakete *Grid* und *Lattice*
- 6.9. R-Pakete
 - 6.9.1. R-Bibliothek
 - 6.9.2. R-Pakete
- 6.10. Statistik in R
 - 6.10.1. Ein einfaches Beispiel für eine Varianzanalyse
 - 6.10.2. Formeln
 - 6.10.3. Allgemeine Funktionen

Modul 7. Handelsforschung und Marktanalyse: Verfahren und Anwendungen

- 7.1. Grundlagen der Marktforschung
 - 7.1.1. Konzept der Marktforschung und des Marketings
 - 7.1.2. Nützlichkeit der Marktforschung
 - 7.1.3. Die Ethik der Marktforschung
- 7.2. Anwendungen der Marktforschung
 - 7.2.1. Der Wert der Forschung für Manager
 - 7.2.2. Faktoren für die Entscheidung, Marktforschung zu betreiben
 - 7.2.3. Hauptziele der Marktforschung
- 7.3. Arten der Marktforschung
 - 7.3.1. Explorative Forschung
 - 7.3.2. Deskriptive Forschung
 - 7.3.3. Kausale Forschung
- 7.4. Arten von Informationen
 - 7.4.1. Ausarbeitung: primär und sekundär
 - 7.4.2. Qualitativer Charakter
 - 7.4.3. Quantitative Natur

- 7.5. Organisation der Marktforschung
 - 7.5.1. Die interne Marktforschungsabteilung
 - 7.5.2. Die Auslagerung der Forschung
 - 7.5.3. Entscheidungsfaktoren: Intern vs. Extern
- 7.6. Management von Forschungsprojekten
 - 7.6.1. Marktforschung als Prozess
 - 7.6.2. Planungsphasen in der Marktforschung
 - 7.6.3. Ausführungsphasen in der Marktforschung
 - 7.6.4. Management eines Forschungsprojekts
- 7.7. Schreibtischstudien
 - 7.7.1. Ziele von Schreibtischstudien
 - 7.7.2. Quellen für Sekundärinformationen
 - 7.7.3. Ergebnisse von Schreibtischstudien
- 7.8. Feldarbeit
 - 7.8.1. Sammlung von Primärinformationen
 - 7.8.2. Organisation der Sammlung von Informationen
 - 7.8.3. Kontrolle der Interviewer
- 7.9. Online-Marktforschung
 - 7.9.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Online-Märkten
 - 7.9.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente
- 7.10. Der Marktforschungsvorschlag
 - 7.10.1. Zielsetzung und Methodik
 - 7.10.2. Fristen für die Ausführung
 - 7.10.3. Budget

Modul 8. Multivariate statistische Verfahren

- 8.1. Einführung
- 8.2. Nominalskala
 - 8.2.1. Assoziationsmaße für 2x2-Tabellen
 - 8.2.1.1. Phi-Koeffizient
 - 8.2.1.2. Relatives Risiko
 - 8.2.1.3. Kreuzproduktverhältnis (*Odds Ratio*)
 - 8.2.2. Assoziationsmaße für IxJ-Tabellen
 - 8.2.2.1. Kontingenzquote
 - 8.2.2.2. Cramer's V
 - 8.2.2.3. Lambdas
 - 8.2.2.4. Goodman's und Kruskal's Tau
 - 8.2.2.5. Unschärfekoeffizient
 - 8.2.3. Kappa-Koeffizient
- 8.3. Ordinalskala
 - 8.3.1. Gamma-Koeffizienten
 - 8.3.2. Kendall's Tau-b und Tau-c
 - 8.3.3. Somers' D
- 8.4. Intervall- oder Verhältnisskala
 - 8.4.1. Eta-Koeffizient
 - 8.4.2. Pearsonsche und Spearmansche Korrelationskoeffizienten
- 8.5. Stratifizierte Analyse in 2x2-Tabellen
 - 8.5.1. Geschichtete Analyse
 - 8.5.2. Stratifizierte Analyse in 2x2-Tabellen
- 8.6. Problemformulierung in log-linearen Modellen
 - 8.6.1. Das gesättigte Modell für zwei Variablen
 - 8.6.2. Das allgemeine gesättigte Modell
 - 8.6.3. Andere Arten von Modellen
- 8.7. Das gesättigte Modell
 - 8.7.1. Berechnung der Auswirkungen
 - 8.7.2. Güte der Anpassung
 - 8.7.3. Test der k-Effekte
 - 8.7.4. Partieller Assoziationstest





- 8.8. Das hierarchische Modell
 - 8.8.1. Die Backward-Methode
- 8.9. Probit-Reaktionsmodelle
 - 8.9.1. Problemformulierung
 - 8.9.2. Schätzung der Parameter
 - 8.9.3. Chi-Quadrat-Test auf Anpassungsgüte
 - 8.9.4. Parallelitätstest für Gruppen
 - 8.9.5. Schätzung der Dosis, die erforderlich ist, um eine bestimmte Ansprechrate zu erreichen
- 8.10. Binäre logistische Regression
 - 8.10.1. Problemformulierung
 - 8.10.2. Qualitative Variablen in der logistischen Regression
 - 8.10.3. Auswahl der Variablen
 - 8.10.4. Schätzung der Parameter
 - 8.10.5. Güte der Anpassung
 - 8.10.6. Klassifizierung von Individuen
 - 8.10.7. Vorhersage

Modul 9. Ökonometrische Methoden in Wirtschaft und Finanzen

- 9.1. Einführung in die Verwendung von R
 - 9.1.1. Die wichtigsten Befehle
 - 9.1.2. Erforderliche Pakete
- 9.2. Einführung in die Ökonometrie
 - 9.2.1. Wesen und Inhalt der Ökonometrie
 - 9.2.2. Ökonomische Modellierung
- 9.3. Lineare Regression
 - 9.3.1. Das allgemeine lineare Modell (GLM)
 - 9.3.2. Modellannahmen
 - 9.3.3. Gewöhnliche kleinste Quadrate (OLS) Schätzung
 - 9.3.4. Inferenz und Vorhersage im GLM
 - 9.3.5. Kontraste der Strukturveränderung
 - 9.3.6. Multikollinearität und Messfehler
- 9.4. Modelle mit Querschnittsdaten
 - 9.4.1. Ursachen der Heteroskedastizität
 - 9.4.2. Heteroskedastizitätskontraste
 - 9.4.3. Der verallgemeinerte Kleinste-Quadrate-Schätzer
 - 9.4.4. Der machbare gewichtete Kleinste-Quadrate-Schätzer
- 9.5. Modelle mit Zeitreihendaten
 - 9.5.1. Magische „Potagia“ oder unechte Regressionen
 - 9.5.2. Stationarität und Einheitswurzeln
 - 9.5.3. Nicht-Stationarität und Kointegration
 - 9.5.4. Kointegration und Fehlerkorrekturmechanismen (ECM)
 - 9.5.5. Regressionsmodelle mit stationären Zeitreihen: Autokorrelation
 - 9.5.6. Der verallgemeinerte Kleinste-Quadrate-Schätzer (GLS)
 - 9.5.7. Vorlaufende Indikatoren: Granger-Kausalität und zeitgleiche Korrelation
- 9.6. Dynamische stationäre Modelle
 - 9.6.1. Dynamische stationäre Modelle
 - 9.6.1.1. ARIMA
 - 9.6.1.2. ARIMAX
 - 9.6.2. Schätzung von ARIMA-Modellen
 - 9.6.3. Diagnose von ARIMA-Modellen
- 9.7. Endogenität, instrumentelle Variablen und MC2E
 - 9.7.1. Was ist das Endogenitätsproblem, welche Probleme verursacht es?
 - 9.7.2. Ursprünge der Endogenität
 - 9.7.2.1. Auslassung einer relevanten Variable (weil sie nicht beobachtbar ist), die mit einer anderen erklärenden Variable korreliert ist
 - 9.7.2.2. Messfehler
 - 9.7.2.3. Regressionsmodell mit Verzögerungen und Autokorrelation der Fehler
 - 9.7.3. Instrumentalvariablen und zweistufiger Schätzer der kleinsten Quadrate (MC2E)
 - 9.7.4. Endogenitätstests und Überschätzungsrestriktionen
- 9.8. Panel-Regressionsmodelle
 - 9.8.1. Spezifikation von Modellen mit Paneldaten
 - 9.8.2. Schätzung von Modellen mit festen Effekten
 - 9.8.3. Schätzung von Modellen mit zufälligen Effekten
 - 9.8.4. System von scheinbar unverbundenen Gleichungen
- 9.9. Räumliche ökonometrische Modelle
 - 9.9.1. Einführung in die Statistik und Maße des räumlichen Zusammenhangs
 - 9.9.2. Die Konstruktion der Distanzmatrix zur Messung räumlicher Abhängigkeiten
 - 9.9.3. Modellspezifikationen mit räumlichen Abhängigkeiten
 - 9.9.3.1. Fehlermodell mit räumlichen Verzögerungen
 - 9.9.3.2. Das Modell mit räumlich autoregressiven Fehlern
 - 9.9.4. Gewöhnliche Kleinste-Quadrate-Probleme für die Schätzung von räumlich verzögerten Modellen und der zweistufige Kleinste-Quadrate-Schätzer
- 9.10. Quantilsregressionsmodelle
 - 9.10.1. Regression auf Mittelwerte und Quantilsregression
 - 9.10.2. Schätzung der Inter-Quantil-Regression
 - 9.10.3. Grafische Darstellung der Lösung

Modul 10. Umfragesegmentierung und Verarbeitungstechniken

- 10.1. Stichprobenerhebung
 - 10.1.1. Zweck einer Stichprobenerhebung. Gängige Methoden der Datenerhebung. Quellen für Erhebungsfehler
 - 10.1.2. Stichprobenauswahl: Stichprobe und Umfang. Sekundäre Quellen
 - 10.1.3. Offizielle Erhebungen: Nationales Institut für Statistik
 - 10.1.4. Einige amtliche Erhebungen: Nationale Gesundheitsbefragung, Europäische Gesundheitsbefragung
- 10.2. Validität und Zuverlässigkeit der Fragebögen
 - 10.2.1. Faktorielle Validität
 - 10.2.2. Interne Konsistenz: Cronbachs Alpha
- 10.3. Statistische Analyse von Daten aus zweidimensionalen Kontingenztabelle
 - 10.3.1. Mögliche Analysen bei einer zweidimensionalen Kontingenztabelle
 - 10.3.2. Die Logik der logarithmisch-linearen Analyse: Zerlegung einer zweidimensionalen Kontingenztabelle Grundelemente der logarithmisch-linearen Analyse. Effekte und Parameter
 - 10.3.3. Berechnung und Interpretation von Parameter
 - 10.3.4. Log-lineare Modelle für eine 2-Wege-Tabelle
 - 10.3.5. Hierarchische Modelle. Beziehung zwischen Unabhängigkeitshypothesen und hierarchischen log-linearen Modellen. Tests auf Signifikanz der Parameter
 - 10.3.6. Kontraste für die Signifikanz von Effekten. Kontraste für die Anpassungsgüte eines Modells
- 10.4. Untersuchung einer Kontingenztabelle durch Korrespondenzanalyse
 - 10.4.1. Profile und Chi-Quadrat-Abstand
 - 10.4.2. Trägheitsabsorption
 - 10.4.3. Darstellungsqualität
 - 10.4.4. Beitrag der Elemente zum Faktor
 - 10.4.5. Beitrag des Faktors zum Element. Grundsatz der Verteilungsäquivalenz
- 10.5. Segmentierungsanalyse: CHAID-Algorithmus
 - 10.5.1. Automatische Methoden zur Erkennung von Interaktionen
 - 10.5.2. CHAID-Algorithmus: Prozessschritte, Arten von Prädiktoren, Methoden zum Anhalten des Algorithmus
 - 10.5.3. Verhalten von CHAID bei Vorliegen des Simpsonschen Paradoxons
- 10.6. Statistische Analyse von Daten aus dreidimensionalen Kontingenztabelle
 - 10.6.1. Konzepte der Assoziation und Interaktion. Simpsons Paradoxon
 - 10.6.2. Komponenten, die die Größe der Häufigkeiten in einer Drei-Faktoren-Tabelle beeinflussen
 - 10.6.2.1. Vollständige Unabhängigkeit
 - 10.6.2.2. Mehrfache Unabhängigkeit und bedingte Unabhängigkeit
 - 10.6.2.3. Gesättigtes Modell für eine dreiseitige Tabelle
 - 10.6.3. Hierarchische log-lineare Modelle für eine Drei-Wege-Tabelle
 - 10.6.3.1. Freiheitsgrade der Modelle
 - 10.6.3.2. Beziehung zwischen Unabhängigkeitsannahmen und hierarchischen logarithmischen linearen Modellen
 - 10.6.4. Auswertung der Modelle. Signifikanztest für die Anpassungsgüte eines Modells. Signifikanztest für Effekte
- 10.7. Diskrete Wahl und multidimensionale Präferenzmodelle
 - 10.7.1. Diskrete Wahlmodelle
 - 10.7.2. Mehrdimensionale Präferenz
- 10.8. Klassifikations- und Regressionsbäume und Zufallswälder
 - 10.8.1. Klassifizierungs- und Regressionsbäume
 - 10.8.2. Zufällige Wälder
- 10.9. Multidimensionale Skalierung
 - 10.9.1. Einführung
 - 10.9.2. Abstand und Ähnlichkeit
 - 10.9.3. Die klassische Lösung
 - 10.9.4. Ähnlichkeiten
- 10.10. Warenkorb-Analyse
 - 10.10.1. Warenkorb-Analyse
 - 10.10.2. Anwendungsbeispiele

05

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 von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. 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 Programms 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 8 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.



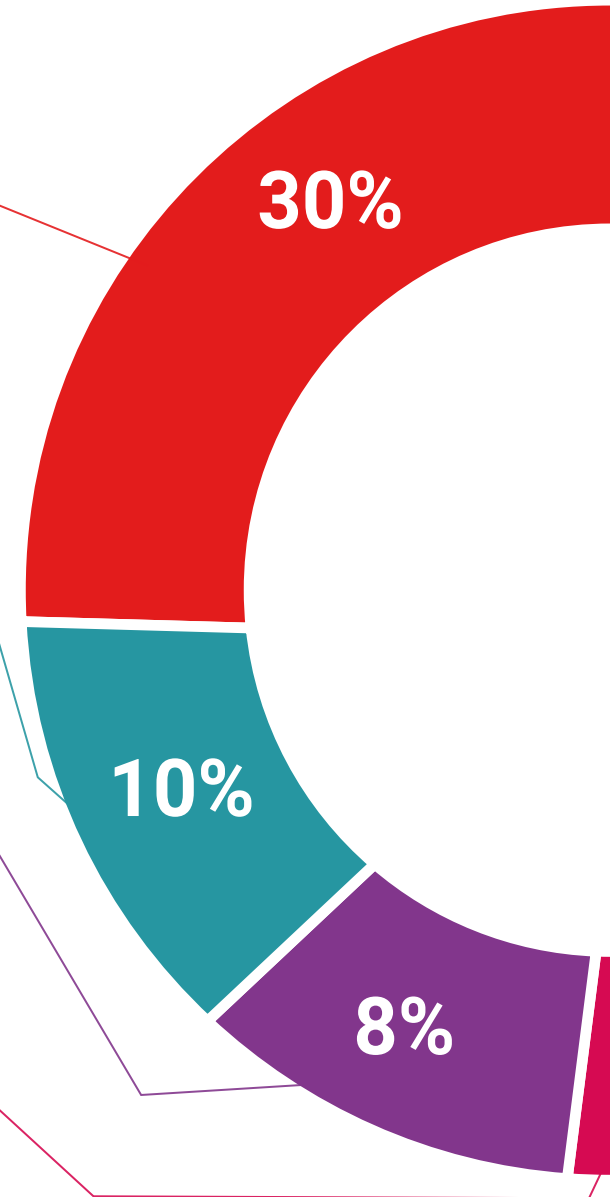
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

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.



06

Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Statistik Angewandt auf die Wirtschaft 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"*

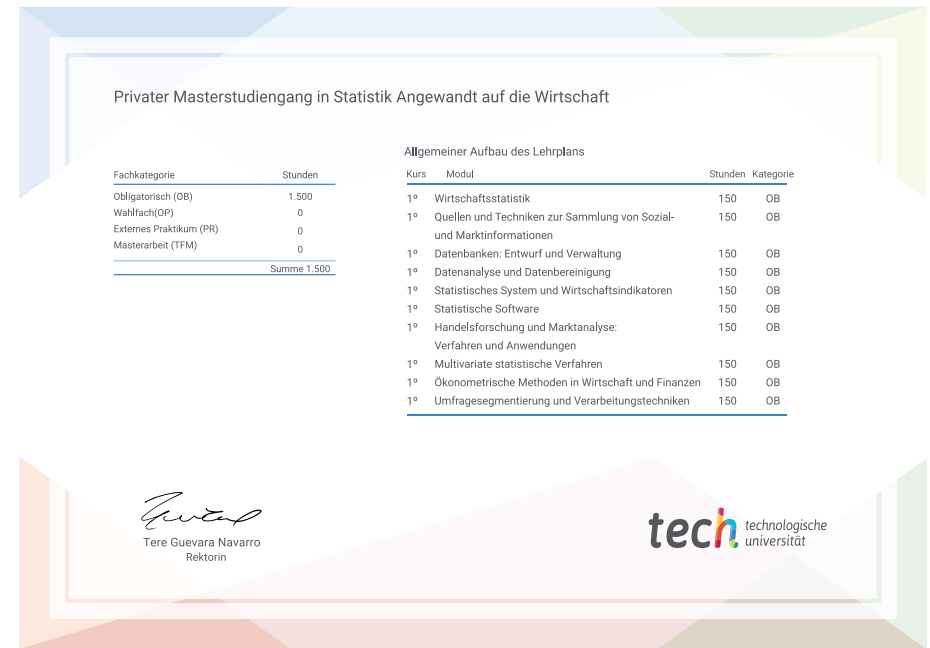
Dieser **Privater Masterstudiengang in Statistik Angewandt auf die Wirtschaft** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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 Statistik Angewandt auf die Wirtschaft**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



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

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 Statistik Angewandt auf die Wirtschaft

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Privater Masterstudiengang

Statistik Angewandt auf die Wirtschaft