

Executive Master

MBA in Digitale Transformation
(CDO, Chief Digital Officer)

M B A D T C D O



Executive Master MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-digitale-transformation-cdo-chief-digital-officer

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 40

08

Profil unserer Studenten

Seite 48

09

Kursleitung

Seite 52

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 72

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 76

11

Qualifizierung

Seite 80

01 Willkommen

Das ständige Aufkommen neuer Technologien und die bemerkenswerten Fortschritte, die jedes Jahr insbesondere im IT-Bereich zu verzeichnen sind, zwingen die Unternehmen zu einem kontinuierlichen Erneuerungsprozess. An dieser Stelle kommt die Figur des CDO, Chief Digital Officer, ins Spiel, der diese digitale Transformation anführen muss, um den größten Nutzen für sein Unternehmen zu erzielen. Dazu muss er unter anderem betriebswirtschaftliche Prozesse, analytische Techniken, digitale Kommunikation oder das Internet der Dinge beherrschen. Dieses Programm befasst sich genau mit allen Kompetenzen, die ein CDO entwickeln muss, um eine erfolgreiche Karriere zu machen. Es bietet ein 100%iges Online-Format, mit dem die beruflichen und wirtschaftlichen Erwartungen verbessert werden können, ohne dass man dafür berufliche oder persönliche Verpflichtungen opfern muss. Darüber hinaus werden 10 umfassende *Masterclasses* von einem internationalen Experten als Gastdirektor gehalten.



MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)
TECH Technologische Universität



“

Positionieren Sie sich mit TECH und den exklusiven Masterclasses dieses 100%igen Online-Programms als hochqualifizierte Führungskraft in Wirtschaft und Technologie“

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Da der CDO eine Vielzahl von technologischen Bereichen abdecken muss, um in seiner Rolle erfolgreich zu sein, ist es das Ziel dieses Programms, die richtigen Instrumente, Strategien und Kenntnisse zu vermitteln, die seine tägliche Arbeit direkt beeinflussen werden. Zu diesem Zweck wurde umfangreiches Fortbildungsmaterial erstellt, das viele Bereiche des Technologiemanagements, der Prozesssteuerung und des Führungsverhaltens im Bereich des *Chief Digital Officer* abdeckt.



“

Ihnen steht das beste didaktische Material in einem virtuellen Unterrichtsraum zur Verfügung, auf den Sie 24 Stunden am Tag zugreifen können, wann immer Sie wollen"

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen**

Der **MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Beherrschen der verschiedenen BPM-Technologielösungen und Auswahl derjenigen, die am besten zu jedem Unternehmen passt

02

Identifizieren von Innovationsprozessen, die die Entwicklung neuer technologischer Produkte und Dienstleistungen ermöglichen

03

Modellieren und Gestalten von Geschäftsprozessen unter Verwendung der BPM-Methodik, Abbildung und Dokumentation von Prozessen





04

Entwickeln eines konzeptionellen Rahmens für die Analyse der digitalen Reife und der Herausforderungen auf der Ebene der Strategie, der Prozesse, der Technologie, der Kultur und der Mitarbeiter, denen sich das Unternehmen im neuen digitalen Paradigma stellen muss

05

Implementieren von Prozessautomatisierung und Integration mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, Organisationen, Dokumenten, Systemen und Technologie

06

Entwickeln einer strategischen Vision, die Sie in die Lage versetzt, die Veränderungsprozesse des Innovationsmanagements und der digitalen Transformation zu leiten

07

Beherrschen der diversen technologischen Trends, die sich abzeichnen, damit Sie bei der Anwendung dieser Trends in Ihren Projekten eine strategische und globale Vision haben

10

Kennen und Untersuchen der verschiedenen Verhaltenstrends bei den Nutzern sowie der neuen Kommunikation, der sich alle Unternehmen stellen müssen

08

Festlegen der digitalen Strategie mit einer 360°-Vision, die sich sowohl auf die Kundenerfahrung als auch auf die interne Erfahrung im Unternehmen bezieht

11

Rechtzeitiges und erfolgreiches Implementieren von *Business Process Management*

09

Erwerben einer strategischen Vision und der Fähigkeit, einen Marketingplan zu definieren, durch eine umfassende Analyse der zu verwendenden Instrumente: soziale Netzwerke, *Influencer Marketing*, E-Mail-Marketing, SEO-Positionierung, *Mobile Marketing* und ASO, *Paid-Media*-Kampagnen, *Affiliate-Marketing*, programmatische Werbung, Treueprogramme und *Co-Branding*-Aktionen.

12

Erstellen von Prozessmodellen unter Berücksichtigung der gebräuchlichsten Notationsarten und unter Kenntnis der relevanten Aspekte, um für jedes Szenario die richtige Art der Modellierung zu wählen



13

Entwickeln des gewünschten Prozesses und Bewertung seiner Leistung durch Formulierung von Managementindikatoren je nach Ebene der Organisation

05

Kompetenzen

Die digitale Transformation verlangt von den Managern eine Reihe verfeinerter Kompetenzen, nicht nur im offensichtlichen technologischen Bereich, sondern auch im Management sich ständig verändernder Umgebungen, in der Analyse von Geschäftsprozessen oder in der Optimierung und Kontrolle dieser Prozesse. Aus diesem Grund finden Manager in diesem Programm einen äußerst praxisnahen Inhalt, der sich auf die direkte Verbesserung ihrer Kompetenzen konzentriert, noch bevor sie das Programm abgeschlossen haben. So können sie die wichtigsten Fähigkeiten der CDO-Position in ihre tägliche Arbeit einfließen lassen.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The background is a dark blue gradient with a white diagonal line.

“

Sie werden Ihre Arbeit, Ihren Einsatz und Ihre Führungsqualitäten dank des digitalen Managements und der Kompetenzerweiterung, die Sie in diesem Programm erwerben werden, voll zur Geltung bringen"

01

Verstehen der Auswirkungen der digitalen Transformation auf Kunden, Prozesse, Geschäftsmodelle, menschliche Talente und Arbeitsmittel

02

Anwenden der neuen technologischen Hilfsmittel in Ihrem Unternehmen

03

Erwerben einer strategischen Vision, um die Veränderungsprozesse des Innovationsmanagements und der digitalen Transformation zu leiten

04

Erstellen eines Teams für die digitale Transformation, unter Beachtung der Unternehmensbereiche und Profile, die daran beteiligt sein sollten

05

Analysieren der geschäftlichen Auswirkungen des Einsatzes aktueller Technologien



06

Anführen der Veränderungen, die die organisatorischen Prozesse transformieren

08

Entwickeln der Vision und der strategischen Fähigkeit, einen Marketingplan zu definieren, sowie der Instrumente, die derzeit verwendet werden

09

Leiten und Managen des Bereichs Digitales Marketing auf Unternehmensebene

07

Analysieren des digitalen Umfelds: Auswirkungen, Herausforderungen und Chancen aus Sicht des Marketings

10

Beherrschen der Fortschritte bei den neuen Werbeformaten und so über das notwendige Wissen verfügen, um in Ihrer zukünftigen Strategie darauf zu setzen



11

Implementieren einer digitalen Strategie, aufgrund ihrer Auswirkungen auf die verschiedenen Sektoren von heute

12

Erkennen ob das Unternehmen über die notwendigen Elemente für eine erfolgreiche Umsetzung des BPM-Projekts verfügt





13

Erstellen von Geschäftsprozessmodellen unter Berücksichtigung der am häufigsten verwendeten Notationsarten

14

Planen und Organisieren der verfügbaren Ressourcen, um einen umfassenden Rechtsschutz für das Unternehmen zu gewährleisten

06

Struktur und Inhalt

Alle Inhalte dieses Programms folgen der pädagogischen Methodik des *Relearning* und begünstigen einen natürlichen und effektiven Unterricht, der nicht die Investition enormer Lernstunden erfordert, um erfolgreich zu sein. Im Gegenteil, die zahlreichen Multimedia-Ressourcen, die Videozusammenfassungen und die simulierten Fälle, die auf realen Beispielen beruhen, machen die akademische Erfahrung viel bereichernder. Sie erhalten sogar Zugang zu einem Nachschlagewerk, das im täglichen Leben des fortgeschrittensten CDO von großem Nutzen ist.



“

Steigern Sie Ihren Karriereweg zu den höchsten Verantwortungspositionen im digitalen Bereich mit diesem MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)"

Lehrplan

Der MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das den Studenten auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des integrierten Projektmanagements vorbereitet. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während der 2.700 Studienstunden wird eine Vielzahl von Fallstudien in Einzelarbeit analysiert, so dass er eingehend lernen kann, was für seine erfolgreiche berufliche Entwicklung von Nutzen sein wird. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieses Programm befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Unternehmens und ist auf Führungskräfte ausgerichtet, die die Projektleitung aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive verstehen.

Ein auf sie zugeschnittener Plan, der sich auf ihre berufliche Weiterentwicklung konzentriert und sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich Management und Unternehmensführung zu erzielen. Ein Programm, das auf ihre Bedürfnisse und die des Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, und unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und ist in 14 Module unterteilt:

Modul 1	Digitales Umfeld in Prozessen
Modul 2	Digitale Transformation der Unternehmen
Modul 3	Das neue digitale Zeitalter: <i>Internet of Things (IoT)</i>
Modul 4	Digitale Transformation als 360°-Strategie
Modul 5	Marketingkanäle im digitalen Zeitalter
Modul 6	Neue Verhaltensweisen bei der digitalen Transformation von Unternehmen
Modul 7	<i>Business Process Management (BPM)</i>
Modul 8	Prozessmodellierung und -analyse
Modul 9	Prozesskontrolle und -optimierung
Modul 10	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
Modul 11	Personal- und Talentmanagement
Modul 12	<i>Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung</i>
Modul 13	Geschäftsleitung



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Digitales Umfeld in Prozessen

<p>1.1. Die digitale Welt</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.1. Trends und Chancen 1.1.2. Digitale Transformation: Wahl oder Notwendigkeit 1.1.3. Auswirkungen des digitalen Zeitalters auf die Kunden 	<p>1.2. Auswirkungen der digitalen Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.1. In interner und externer Kommunikation 1.2.2. In Vertriebs- und Kundenkanälen 1.2.3. Neue Geschäftsmodelle 	<p>1.3. Prozessmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1. Prozesse 1.3.2. Deming-Prozess und -Zyklus 1.3.3. Prozesskarte <ul style="list-style-type: none"> 1.3.3.1. Strategisches Management 1.3.3.2. Operative oder Wertschöpfungskette 1.3.3.3. Unterstützung 	<p>1.4. Optimierung im Prozessmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.1. Prozessorientierter Ansatz 1.4.2. Phasen der Prozessverbesserung 1.4.3. Kontinuierliche Verbesserung und die Organisation
<p>1.5. Prozessinnovation</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1. <i>Design Thinking</i> 1.5.2. <i>Agile Ansatz</i> 1.5.3. <i>Lean Startup</i> 	<p>1.6. Digitale Strategie im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.1. Digitales Marketing und elektronischer Handel 1.6.2. Integration von traditionellem und digitalem Marketing 1.6.3. Online-Marketing-Tools 	<p>1.7. Organisatorisches Umfeld</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.1. Änderungsmanagement 1.7.2. Strategien für das Änderungsmanagement 1.7.3. Implementierung des Organisationswandels 	<p>1.8. Datenanalyse und -verwaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.1. Geschichte, Entwicklung und Trends in der Webanalyse 1.8.2. Die Bedeutung der Datenanalyse 1.8.3. <i>Big Data</i> und <i>Business Intelligence</i> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.3.1. <i>Big Data</i> 1.8.3.2. Business Intelligence (BI)
<p>1.9. Innovation und Technologie</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.1. Innovative Unternehmen 1.9.2. Faktoren der Wettbewerbsfähigkeit. Kreativität und Innovation 1.9.3. Innovation und Prozessmanagement 	<p>1.10. Anwendungen und Erfolgsgeschichten</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.1. Weg der digitalen Transformation 1.10.2. Projektierung der digitalen Transformation 1.10.3. Digitale Transformation erfolgreich gestalten 		

Modul 2. Digitale Transformation der Unternehmen

2.1. Digitale und Unternehmerische Transformation

- 2.1.1. Digitalisierung vs. Digitale Transformation
- 2.1.2. *Social Business*: Plattformen, Prozesse und Menschen
- 2.1.3. Organisatorische Modelle

2.2. *Smart Company* oder Unternehmen 4.0

- 2.2.1. Unterschied zwischen *Smart Company*, *Digital Company* und *Traditional Company*
- 2.2.2. Schlüssel zum Management in digital-nativen Unternehmen
- 2.2.3. Entwicklung, Herstellung, Logistik und Vertrieb von Unternehmen 4.0

2.3. Digitale Transformation

- 2.3.1. Herausforderungen der digitalen Transformation
- 2.3.2. Vorteile der digitalen Transformation
- 2.3.3. Barrieren der digitalen Transformation

2.4. Typologien der digitalen Transformation

- 2.4.1. Digitale Transformation nach Art des Unternehmens
- 2.4.2. Digitale Transformation nach Geschäftsmodelle
- 2.4.3. Digitale Transformation nach Benutzerprofil

2.5. Profile, die die digitale Transformation anführen, nach Bereich

- 2.5.1. Technologie
- 2.5.2. Marketing und *Growth*
- 2.5.3. Personalwesen
- 2.5.4. Leitung

2.6. Strategische IT/IS-Planung

- 2.6.1. Der IT/IS-Plan
- 2.6.2. Aufbau eines IT/IS-Plans
- 2.6.3. Phasen eines IT/IS-Plans

2.7. Verwaltung der Projekte für Informationssysteme

- 2.7.1. Funktionale und nicht-funktionale Anforderungen
- 2.7.2. Typologie von Informationssystemen
- 2.7.3. Entitäts-Beziehungs-Modell

2.8. Unterschiede zwischen den Methoden

- 2.8.1. Unterschiede zwischen *Design Thinking*, *Lean Startup*, *Agile*, *Growth Hacking*
- 2.8.2. Vertiefung der *Growth-Hacking*-Methode
- 2.8.3. Andere Methoden: *Design Sprint*, *Kanban* und *Six Sigma*

2.9. Digitale Kompetenzen

- 2.9.1. Strategische, kommunikative und agile Vision
- 2.9.2. Datenanalyse
- 2.9.3. Kreativitätsmanagement
- 2.9.4. Sicherheit

2.10. Konsequenzen der digitalen Transformation

- 2.10.1. Digitalisierung der Gesellschaft
- 2.10.2. Digitale Spaltung
- 2.10.3. Flexible Arbeit, Arbeit nach Zielen und Heimarbeit

Modul 3. Das neue digitale Zeitalter: Internet of Things (IoT)

3.1. Internet of Things

- 3.1.1. Analyse des *Internet of Things*
- 3.1.2. Umfang und Entwicklung
- 3.1.3. Auswirkungen der Transformation auf Unternehmen

3.2. Big Data

- 3.2.1. *Big Data* und *Small Data*
- 3.2.2. Die 4 V's von *Big Data*
- 3.2.3. Prädiktive Analytik
- 3.2.4. *Data-Driven-Ansatz*

3.3. Cloud Productivity

- 3.3.1. Merkmale
- 3.3.2. Modelle zur Umsetzung
- 3.3.3. Ebenen oder Schichten

3.4. Blockchain-Technologie

- 3.4.1. *Blockchain*
- 3.4.2. Vorteile von *Blockchain*
- 3.4.3. *Blockchain*-Anwendungen in der Geschäftswelt

3.5. Künstliche Intelligenz (KI)

- 3.5.1. Künstliche Intelligenz
- 3.5.2. Arten der künstlichen Intelligenz
- 3.5.3. Anwendungen der künstlichen Intelligenz
- 3.5.4. *Machine Learning* vs. Künstliche Intelligenz

3.6. Erweiterte Realität (RX)

- 3.6.1. Erweiterte Realität
- 3.6.2. Virtuelle Realität (VR)
- 3.6.3. Erweiterte Realität (AR)
- 3.6.4. Gemischte Realität (MR)

3.7. Augmented Humans oder Human 2.0

- 3.7.1. *Human Enhancement Technologies* (HET)
- 3.7.2. Biohacking
- 3.7.3. *Accelerated Learning*

3.8. 3D-Druck

- 3.8.1. Entwicklung und Umfang des 3D-Drucks
- 3.8.2. Arten von 3D-Druck
- 3.8.3. 3D-Druck-Anwendungen

3.9. Standortbezogene Dienste (LBS)

- 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons
- 3.9.2. GPS-Standort
- 3.9.3. Drahtloser Standort: *Geofencing* und *Geotagging* (*RFID* und *NFC*, *Barcodes*, *QR-Scanner*)

3.10. 5G-Technologie

- 3.10.1. Konnektivität
- 3.10.2. Vorteile von 5G
- 3.10.3. Anwendungen

Modul 4. Digitale Transformation als 360°-Strategie

4.1. 360°-Strategie

- 4.1.1. *Brand Awareness*
- 4.1.2. *Content Mapping* und *Customer Journey*
- 4.1.3. *Always On*-Strategie

4.2. Rebranding

- 4.2.1. *Rebranding*
- 4.2.2. Wann sollte eine *Rebranding*-Strategie angewendet werden?
- 4.2.3. Wie setzt man eine *Rebranding*-Strategie um?

4.3. HR-Marketing

- 4.3.1. *Recruitment Marketing*
- 4.3.2. Phasen des HR-Marketings
- 4.3.3. Kommunikationsstrategie: intern und extern

4.4. Beziehungsmarketing

- 4.4.1. Beziehungsmarketing
- 4.4.2. *Inbound Marketing*
- 4.4.3. Hilfsmittel

4.5. Innovationsgemeinschaften und Ökosysteme

- 4.5.1. Ökosysteme der Innovation
- 4.5.2. Arten von Profilen
- 4.5.3. Schlüssel zu einer internen und externen Gemeinschaft

4.6. Social Selling

- 4.6.1. *Social Selling*
- 4.6.2. Wie setzt man eine *Social-Selling*-Strategie um?
- 4.6.3. Anwendungen auf der Grundlage von *Social Selling*

4.7. Erlebnismarketing

- 4.7.1. Erlebnismarketing
- 4.7.2. Ziele einer Kampagne im Erlebnismarketing
- 4.7.3. Einsatz von Technologie im Erlebnismarketing

4.8. Branded Content und Native Werbung

- 4.8.1. *Branded Content* und *Debranding*
- 4.8.2. *Content Marketing* vs. *Brand journalism*
- 4.8.3. Native Werbung

4.9. Real Time Marketing

- 4.9.1. *Real Time Marketing*
- 4.9.2. Vorbereitung einer *Real Time Marketing*-Kampagne
- 4.9.3. Personalisierung als Schlüsselkonzept
- 4.9.4. Soziale Verantwortung der Unternehmen

4.10. Leistungsindikatoren (KPIs) im digitalen Zeitalter

- 4.10.1. Organisatorische Indikatoren
- 4.10.2. Indikatoren für Innovation
- 4.10.3. Marketing-Indikatoren

Modul 5. Marketingkanäle im digitalen Zeitalter
5.1. Soziale Netzwerke

- 5.1.1. Relational
- 5.1.2. Unterhaltung
- 5.1.3. Professionell
- 5.1.4. Nische

5.2. Influencer Marketing

- 5.2.1. Klassifizierung von Influencern
- 5.2.2. Gestaltung von Kampagnen mit Influencern
- 5.2.3. Arten von Kampagnen mit Influencern

5.3. E-Mail-Marketing

- 5.3.1. Ziele des E-Mail-Marketings
- 5.3.2. Schlüsselfaktoren des E-Mail-Marketings
- 5.3.3. E-Mail Automation

5.4. Webseite und SEO

- 5.4.1. Webseite
- 5.4.2. SEO On Page
- 5.4.3. SEO Off Page

5.5. Mobile Anwendungen und ASO

- 5.5.1. Arten von Anwendungen
- 5.5.2. Wichtige Konzepte
- 5.5.3. ASO-Positionierung

5.6. Bezahlte Kampagnen

- 5.6.1. *Paid-Media*-Strategie
- 5.6.2. Google ADS
- 5.6.3. Facebook ADS

5.7. Affiliate Marketing

- 5.7.1. Analyse des Affiliate-Marketings
- 5.7.2. Arten der Affiliate-Marketings
- 5.7.3. Schlüsselaspekte

5.8. Programmatische Werbung

- 5.8.1. Programmatische Werbung
- 5.8.2. Hauptakteure
- 5.8.3. Vorteile von programmatischer Werbung
- 5.8.4. Real Time Bidding (RTB)

5.9. Treueprogrammen

- 5.9.1. Treueprogrammen
- 5.9.2. Bedeutung der Gamification
- 5.9.3. Arten von Treueprogrammen

5.10. Co-Branding

- 5.10.1. Co-Branding-Kampagne
- 5.10.2. Arten von Co-Branding
- 5.10.3. Co-Branding vs. Co-Marketing

Modul 6. Neue Verhaltensweisen bei der digitalen Transformation von Unternehmen
6.1. Neue angenommene Verhaltensweisen

- 6.1.1. *Social Distancing*
- 6.1.2. A-Commerce
- 6.1.3. *Mentor to Protégé* (M2P)

6.2. Trends in der Kommunikation

- 6.2.1. Inklusives und soziales Marketing
- 6.2.2. Ökologie und Nähe
- 6.2.3. Humanisierung
- 6.2.4. Differenzierung

6.3. Entwicklung von Inhalten

- 6.3.1. Evolution des *Fast Content*
- 6.3.2. Unmittelbarer Inhalt
- 6.3.3. Vom *Storytelling* zum *Storydoing*
- 6.3.4. Aufstieg der Premium-Inhalte

6.4. Evolution der Suche

- 6.4.1. Suchabsicht
- 6.4.2. *Voice Marketing*
- 6.4.3. *Visual Search*
- 6.4.4. Interaktive Suche

6.5. Fortschritt der Träger

- 6.5.1. Digitale OOH-Werbung
- 6.5.2. Vernetztes Fernsehen und Video Over-the-top (OTT)
- 6.5.3. *Podcasting* und Online-Audio
- 6.5.4. *Streaming*

6.6. Customer Centric

- 6.6.1. *Customer Centric* vs. *Customer Experience* vs. *Product Centric*
- 6.6.2. *User Generated Content*
- 6.6.3. *Share of Voice*
- 6.6.4. Personalisierung

6.7. Evolution des E-Commerce

- 6.7.1. Entwicklung und Perspektiven
- 6.7.2. Arten von Systemen
- 6.7.3. Arten von E-Commerce

6.8. Verhaltensökonomie

- 6.8.1. Verhaltensökonomie
- 6.8.2. Arten von Vorurteilen und Nudges
- 6.8.3. CRO
- 6.8.4. UX vs. UI

6.9. Digitale Transformation: Physisch + Digital

- 6.9.1. Zeitalter der Digitalisierung
- 6.9.2. Social, Location und Mobile (SoLoMo)
- 6.9.3. Evolution der Zahlungsmethoden
- 6.9.4. Neue Herausforderungen für den Retail

6.10. Sektorspezifische Entwicklungen im digitalen Umfeld

- 6.10.1. Tourismus
- 6.10.2. Mobilität
- 6.10.3. Gesundheit

Modul 7. Business Process Management (BPM)

<p>7.1. Unternehmensarchitektur</p> <p>7.1.1. Ganzheitliche Betrachtung der Unternehmensarchitektur</p> <p>7.1.2. Wertschöpfungskette</p> <p>7.1.3. Prozess-Architektur</p>	<p>7.2. Diagnose von BPM</p> <p>7.2.1. <i>Business Process Management</i></p> <p>7.2.2. Treiber der Wirtschaft</p> <p>7.2.3. Erforderliche Elemente für eine erfolgreiche Implementierung</p> <p>7.2.4. Reifegrad-Zyklus</p>	<p>7.3. Grundsätze des BPM</p> <p>7.3.1. Anpassungsfähigkeit des Kontexts</p> <p>7.3.2. Kontinuität</p> <p>7.3.3. Kompetenzentwicklung</p> <p>7.3.4. Ganzheitlichkeit</p> <p>7.3.5. Institutionalisierung</p> <p>7.3.6. Beteiligung von Schlüsselakteuren</p> <p>7.3.7. Gemeinsame Sprache</p> <p>7.3.8. Zweck</p> <p>7.3.9. Einfachheit</p> <p>7.3.10. Eigentum an der Technologie</p>	<p>7.4. Vorteile des BPM</p> <p>7.4.1. Unternehmen</p> <p>7.4.2. Kunden</p> <p>7.4.3. Verwaltung</p> <p>7.4.4. <i>Stakeholders</i></p> <p>7.4.5. BPM-Anwendungen</p> <p>7.4.5.1. <i>Business Process Improvement (BPI)</i></p> <p>7.4.5.2. <i>Enterprise Process Management (EPM)</i></p> <p>7.4.5.3. <i>Continuous Refinement (CR)</i></p>
<p>7.5. Sektorspezifische Umsetzung von BPM</p> <p>7.5.1. Finanzinstitute</p> <p>7.5.2. Telekommunikation</p> <p>7.5.3. Gesundheitswesen</p> <p>7.5.4. Versicherungen</p> <p>7.5.6. Verarbeitende Industrie</p>	<p>7.6. Prozess-Referenzmodelle</p> <p>7.6.1. APQC-Modell</p> <p>7.6.2. SCOR-Modell</p>	<p>7.7. Kompetenzzentrum (COE)</p> <p>7.7.1. Funktionen und Vorteile des COE</p> <p>7.7.2. Schritte zur Einrichtung eines COE und eines Governance-Modells</p>	<p>7.8. Schritte zum BPM-Erfolg</p> <p>7.8.1. Entdecken und vereinfachen</p> <p>7.8.2. Erfassen und dokumentieren</p> <p>7.8.3. Veröffentlichen und animieren</p> <p>7.8.4. Entwerfen und Verbessern</p> <p>7.8.5. Simulieren und Optimieren</p> <p>7.8.6. Generieren und ausführen</p> <p>7.8.7. Überwachen und verwalten</p>
<p>7.9. Herausforderungen für das <i>Business Process Management</i></p> <p>7.9.1. Risiken je nach Stadium des Prozesses</p> <p>7.9.2. Strategien zur Risikobewältigung</p> <p>7.9.3. Fehler in der Implementierung</p>	<p>7.10. Überlegungen zum Start eines BPM-Projekts</p> <p>7.10.1. Den richtigen Startpunkt wählen</p> <p>7.10.2. Interaktion mit den Benutzern</p> <p>7.10.3. Von Anfang an messen</p>		

Modul 8. Prozessmodellierung und -analyse
8.1. Prozessmodellierung

- 8.1.1. Zweck der Prozessmodellierung
- 8.1.2. Vorteile der Verwendung eines standardisierten Notationsmodells
- 8.1.3. Überlegungen zur Auswahl eines Notationsmodells

8.2. Business Process Modelling Notation (BPMN)

- 8.2.1. Komponenten des BPMN
- 8.2.2. Arten von Diagrammen des BPMN
- 8.2.3. Vorteile der BPMN
- 8.2.4. Nachteile des BPMN

8.3. Andere Arten der Prozessmodellierung

- 8.3.1. *Swim Lanes*
- 8.3.2. *Flow Charting*
- 8.3.3. *Event Process Chain (EPC)*
- 8.3.4. *Unified Modeling Language (UML)*
- 8.3.5. *Integrated Definition Language (IDEF)*
- 8.3.6. *Value Stream Mapping*

8.4. Ansätze zur Prozessmodellierung

- 8.4.1. Wertschöpfungskette
- 8.4.2. *Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)*
- 8.4.3. *System Dynamics*

8.5. Ebenen der Prozessmodellierung

- 8.5.1. Unternehmerische Perspektive
- 8.5.2. Geschäftsperspektive
- 8.5.3. Operative Perspektive

8.6. Erfassen von Informationen

- 8.6.1. Direkte Beobachtung
- 8.6.2. Befragungen
- 8.6.3. Fragebögen
- 8.6.4. Strukturierte Workshops
- 8.6.5. Webkonferenzen

8.7. Modellierungssoftware (BPMS)

- 8.7.1. AuraPortal
- 8.7.2. Bizagi Modeler
- 8.7.3. Trisotech
- 8.7.4. iGrafx
- 8.7.5. IBM Blueworks Live
- 8.7.6. OnBase by Hyland
- 8.7.7. Oracle BPM Suite
- 8.7.8. Signavio

8.8. Prozessanalyse

- 8.8.1. Phase der Implementierung
- 8.8.2. Rollen bei der Analyse
- 8.8.3. Faktoren für die Analyse von Prozessen
- 8.8.4. Wirtschaftliche Analyse
- 8.8.5. Ursache-Wirkungs-Analyse
- 8.8.6. Risikoanalyse
- 8.8.7. Analyse der Ressourcenkapazität
- 8.8.8. Analyse der menschlichen Talente

8.9. Überlegungen zur Prozessanalyse

- 8.9.1. Führungsqualitäten auf Managementebene
- 8.9.2. Reifegrad des Prozessmanagements
- 8.9.3. Fehlerbehebung während der Analyse vermeiden
- 8.9.4. Effiziente Analyse
- 8.9.5. Potenzieller Widerstand
- 8.9.6. Wegfall des Verschuldens bei Nichtkonformität
- 8.9.7. Organisationskultur verstehen
- 8.9.8. Kundenorientierung
- 8.9.9. Verfügbarkeit von Ressourcen

8.10. Simulation von Geschäftsprozessen

- 8.10.1. Technische und politische Überlegungen zur Simulation
- 8.10.2. Schritt-für-Schritt-Simulation von Geschäftsprozessen
- 8.10.3. Simulationstools

Modul 9. Prozesskontrolle und -optimierung

9.1. Prozessdesign

- 9.1.1. Grundlegende Aspekte des Prozessdesigns
- 9.1.2. Übergang von "AS IS" zu "TO BE"
- 9.1.3. Wirtschaftliche Analyse des „TO BE“-Prozesses

9.2. Auf dem Weg zur Kontrolle der Prozessleistung

- 9.2.1. Unter Berücksichtigung des Reifegrads des Prozesses
- 9.2.2. Interpretationen der Leistung
- 9.2.3. Messbare Aspekte
- 9.2.4. Design der Leistungsmessung

9.3. Messung und Kontrolle der Prozessleistung

- 9.3.1. Bedeutung der Messung von Prozessen
- 9.3.2. Indikatoren für das Prozessmanagement
- 9.3.3. Schritte zur Erstellung von Management-Indikatoren

9.4. Methoden zur Messung und Überwachung der Leistung

- 9.4.1. Wertstromkarten (VSM)
- 9.4.2. Prozessorientierte Kostenrechnungssysteme
- 9.4.3. Statistische Kontrolle

9.5. Statistische Prozesskontrolle

- 9.5.1. Statistische Parameter
- 9.5.2. Analyse der Variabilität
- 9.5.3. Kontrolltabellen
- 9.5.4. Probenahmepläne

9.6. Process Mining

- 9.6.1. Stand der Technik des *Process Mining*
- 9.6.2. Methodik des *Process Mining*
- 9.6.3. Zu berücksichtigende Faktoren für die Implementierung

9.7. Prozessintelligenz

- 9.7.1. Prozessintelligenz
- 9.7.2. BAM-Tools (*Business Activity Monitoring*)
- 9.7.3. *Dashboards*

9.8. Änderungsmanagement

- 9.8.1. Widerstand gegen Veränderungen
- 9.8.2. Umgang mit Unsicherheit bei menschlichen Talenten
- 9.8.3. Prozess des Änderungsmanagements

9.9. Transformation der Organisation

- 9.9.1. Jenseits der Verbesserung
- 9.9.2. Die Organisation transformieren
- 9.9.3. Kontinuierliche Optimierung

9.10. Ein neues Geschäftsprozessmanagement

- 9.10.1. Aspekte einer prozessorientierten Organisation
- 9.10.2. Bewertung des organisatorischen Reifegrads
- 9.10.3. Umsetzung des Governance-Modells
- 9.10.4. Entwurf einer BPM-Roadmap

Modul 10. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

10.1. Globalisierung und Governance

- 10.1.1. Governance und Corporate Governance
- 10.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
- 10.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance

10.2. Führung

- 10.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 10.2.2. Führung in Unternehmen
- 10.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

10.3. Cross Cultural Management

- 10.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 10.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 10.3.3. Diversitätsmanagement

10.4. Managemententwicklung und Führung

- 10.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 10.4.2. Konzept der Führung
- 10.4.3. Theorien der Führung
- 10.4.4. Führungsstile
- 10.4.5. Intelligenz in der Führung
- 10.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

10.5. Wirtschaftsethik

- 10.5.1. Ethik und Moral
- 10.5.2. Wirtschaftsethik
- 10.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

10.6. Nachhaltigkeit

- 10.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 10.6.2. Agenda 2030
- 10.6.3. Nachhaltige Unternehmen

10.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 10.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 10.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 10.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

10.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 10.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 10.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 10.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 10.8.4. CSR-Instrumente und -Standards

10.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 10.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 10.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 10.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

10.10. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*

- 10.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 10.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 10.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 11. Personal- und Talentmanagement

11.1. Strategisches Management von Menschen

- 11.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
- 11.1.2. Strategisches Management von Menschen

11.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement

- 11.2.1. Analyse des Potenzials
- 11.2.2. Vergütungspolitik
- 11.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne

11.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

- 11.3.1. Leistungsmanagement
- 11.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse

11.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement

- 11.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 11.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
- 11.4.3. Loyalität und Bindung
- 11.4.4. Proaktivität und Innovation

11.5. Motivation

- 11.5.1. Die Natur der Motivation
- 11.5.2. Erwartungstheorie
- 11.5.3. Theorien der Bedürfnisse
- 11.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

11.6. Entwicklung von Hochleistungsteams

- 11.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 11.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

11.7. Änderungsmanagement

- 11.7.1. Änderungsmanagement
- 11.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
- 11.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

11.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 11.8.1. Verhandlung
- 11.8.2. Management von Konflikten
- 11.8.3. Krisenmanagement

11.9. Kommunikation der Führungskräfte

- 11.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 11.9.2. Abteilungen für Kommunikation
- 11.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

11.10. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten

- 11.10.1. Produktivität
- 11.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 12. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
12.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 12.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
- 12.1.2. Finanzinstitutionen
- 12.1.3. Finanzmärkte
- 12.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
- 12.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

12.2. Buchhaltung

- 12.2.1. Grundlegende Konzepte
- 12.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
- 12.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
- 12.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
- 12.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

12.3. Informationssysteme und Business Intelligence

- 12.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 12.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 12.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

12.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 12.4.1. Das Haushaltsmodell
- 12.4.2. Das Kapitalbudget
- 12.4.3. Das Betriebsbudget
- 12.4.5. Cash-Budget
- 12.4.6. Haushaltsüberwachung

12.5. Finanzmanagement

- 12.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 12.5.2. Die Finanzabteilung
- 12.5.3. Bargeldüberschüsse
- 12.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
- 12.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

12.6. Finanzielle Planung

- 12.6.1. Definition der Finanzplanung
- 12.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
- 12.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
- 12.6.4. Die Cash-Flow-Tabelle
- 12.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

12.7. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 12.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 12.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

12.8. Strategische Finanzierungen

- 12.8.1. Selbstfinanzierung
- 12.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 12.8.3. Hybride Ressourcen
- 12.8.4. Finanzierung durch Intermediäre

12.9. Finanzanalyse und -planung

- 12.9.1. Analyse der Bilanz
- 12.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 12.9.3. Analyse der Rentabilität

12.10. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen

- 12.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 13. Geschäftsleitung
13.1. General Management

- 13.1.1. Konzept des General Management
- 13.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
- 13.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 13.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

13.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und ihre Ansätze

- 13.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

13.3. Operations Management

- 13.3.1. Bedeutung des Managements
- 13.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 13.3.3. Qualitätsmanagement

13.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 13.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 13.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 13.4.3. Kommunikationsbarrieren

13.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel

- 13.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 13.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 13.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 13.5.4. Werkzeuge in der Organisation

13.6. Krisenkommunikation

- 13.6.1. Krise
- 13.6.2. Phasen der Krise
- 13.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

13.7. Einen Krisenplan vorbereiten

- 13.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 13.7.2. Planung
- 13.7.3. Angemessenheit des Personals

13.8. Emotionale Intelligenz

- 13.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 13.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 13.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

13.9. Personal Branding

- 13.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 13.9.2. Regeln des Personal Branding
- 13.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

13.10. Führungsrolle und Teammanagement

- 13.10.1. Leadership und Führungsstile
- 13.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 13.10.3. Management von Veränderungsprozessen
- 13.10.4. Leitung multikultureller Teams

07

Methodik

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

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





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen 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"

Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

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

“

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



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen*”

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools 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 werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, 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 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.



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

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten 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 kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente 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 zu Managementfähigkeiten

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



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH 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. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



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.



08

Profil unserer Studenten

Der MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) ist ein Programm, das sich an Führungskräfte oder Unternehmer richtet, die ihr Wissen aktualisieren, neue Wege zur Innovation entdecken und ihre berufliche Karriere vorantreiben möchten. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





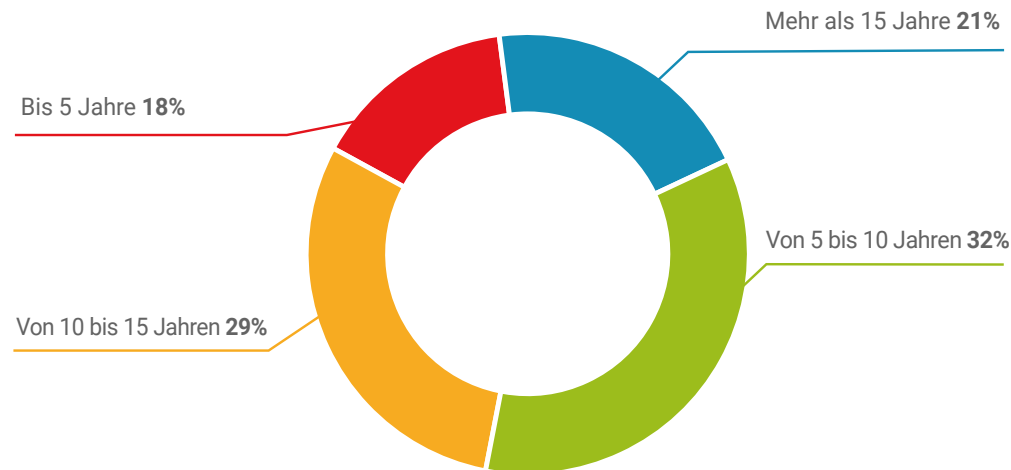
“

Wenn Sie auf der Suche nach einer interessanten Verbesserung Ihrer beruflichen Laufbahn sind und gleichzeitig weiterarbeiten möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie“

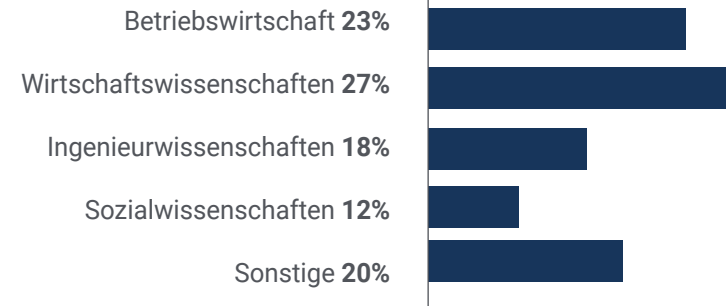
Durchschnittliches Alter

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

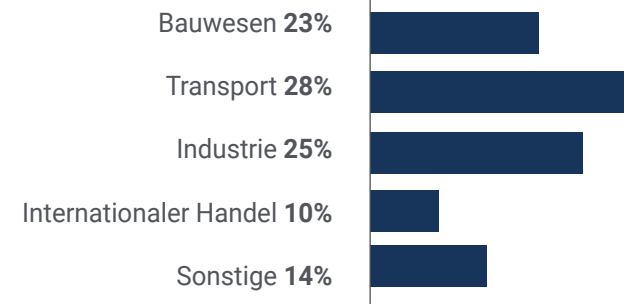
Jahre der Erfahrung



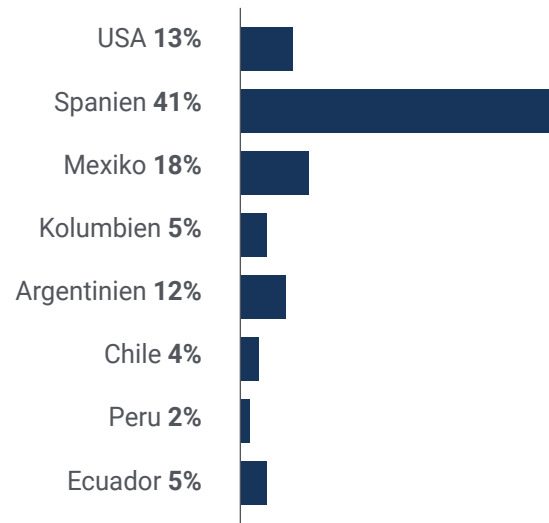
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Ricardo Rodio

Project Manager

"Ich war schon lange auf der Suche nach einem Programm, das mir einen umfassenden Einstieg in die digitale Welt ermöglicht, indem ich die wichtigsten Fortschritte in diesem Bereich im Zusammenhang mit dem Management von Prozessen und Projekten kennenlernen. TECH hat mir zweifelsohne die Möglichkeit gegeben, meine Spezialisierung in diesem Bereich zu vervollständigen und dabei große Vorteile auf beruflicher Ebene zu erzielen"

09

Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehören führende Experten für Projektmanagement, die ihre langjährige Erfahrung in das Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Ausarbeitung beteiligt, die den Executive Master interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



“

Ein hochkarätiges Lehrpersonal, das Ihnen die Schlüssel beibringt, die Sie in Ihrer täglichen Praxis anwenden können"

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Fr. Dove, Jennifer

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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



Hr. Gauthier, Rick

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Arman, Romi

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Arens, Manuel

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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

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



Hr. La Sala, Andrea

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Gram, Mick

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Hr. Barrientos, Giancarlo

- ♦ IT-Manager bei Assist-365
- ♦ Informatikingenieur mit einer Spezialisierung in Softwaretechnik von USAL in Buenos Aires
- ♦ Mitgründer und CTO von LogTech
- ♦ Gründer und CTO von Dash Core
- ♦ Masterstudiengang in Prozessmanagement und Digitale Transformation
- ♦ Software-Ingenieur von der Universität von El Salvador



Hr. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ Ingenieur für Energieeffizienz und Kreislaufwirtschaft bei Aprofem
- ♦ Technischer Wirtschaftsingenieur von der EUP von Málaga
- ♦ Wirtschaftsingenieur von der ETSII in Ciudad Real
- ♦ Datenschutzbeauftragter (DPO), Universität Antonio Nebrija
- ♦ Experte für Projektmanagement und Unternehmensberater und Mentor in Organisationen wie Youth Business Spain oder COGITI von Ciudad Real
- ♦ CEO des Startup-Unternehmens GoWork, das sich auf Kompetenzmanagement und berufliche Entwicklung sowie Geschäftsausweitung durch Hyperlabeling konzentriert
- ♦ Herausgeber von technologischen Schulungsinhalten für öffentliche und private Einrichtungen
- ♦ Zertifizierter Professor durch das EOI in den Bereichen Industrie, Unternehmertum, Humanressourcen, Energie, neue Technologien und technologische Innovation

Professoren

Fr. García Salvador, Laura

- ◆ CMO - Leiterin der Marketingabteilung bei Zacatrus
- ◆ CMO und Growth bei Ruralka Hoteles
- ◆ Marketingleiterin bei Adopta un Abuelo
- ◆ Masterstudiengang in Digitalem Marketing von ESIC
- ◆ Doppelter Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre und Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.

Hr. Goenaga Peña, Andrés

- ◆ Rechtsanwalt, Autor und Spezialist für gewerbliches Eigentum, Urheberrecht und neue Technologien
- ◆ Masterstudiengang in gewerblichem Eigentum, Urheberrecht und neuen Technologien an der Externen Universität von Kolumbien
- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität Del Norte

Fr. Garrido Brito, Stephanie

- ◆ Scrum-Master bei TriNet
- ◆ Scrum-Master bei Lean Tech
- ◆ Residente Logistikingenieurin bei Marval
- ◆ Koordinatorin bei Geotech Solutions
- ◆ Aufbaustudiengang in Coaching, NLP und Teamführung, Logistik und Prozessmanagement an der Europäischen Schule für Unternehmensführung in Barcelona
- ◆ Masterstudiengang in Digitaler Transformation in Wirtschaftsingenieurwesen
Hochschulabschluss in Wirtschaftsingenieurwesen von der Universität del Norte

Fr. Gómez Moral, María Daniela

- ◆ Spezialistin für Industrietechnik
- ◆ Studentenberaterin an der Universität Del Norte
- ◆ Produktionsanalytikerin bei Smurfit Kappa
- ◆ Analystin für Beratung und Universitätsleben bei Atlántico
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Del Norte



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

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das ultimative Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Aus diesem Grund werden den Fachkräften alle Bemühungen und Instrumente zur Verfügung gestellt, um sich die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten anzueignen, um diesen Wandel zu erreichen.



“

Bei TECH engagieren wir uns voll und ganz dafür, dass Sie die berufliche Veränderung erreichen, die Sie sich wünschen"

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das Sie auf die geschäftlichen Herausforderungen und Entscheidungen der digitalen Transformation vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

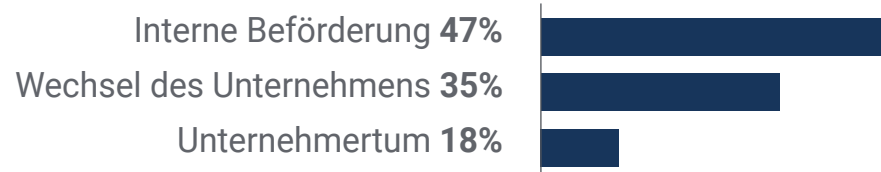
Eine einzigartige Gelegenheit, Ihre Karriereaussichten zu verbessern.

Erreichen Sie die berufliche Veränderung, die Sie sich wünschen, nachdem Sie dieses Spezialisierungsprogramm absolviert haben.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) trägt dazu bei, dass die Talente des Unternehmens ihr volles Potenzial entfalten können, indem er hochrangige Führungskräfte spezialisiert. Wer an diesem akademischen Programm teilnimmt, wird sich also nicht nur persönlich, sondern vor allem auch beruflich verbessern, indem er seine Qualifikation erhöht und seine Managementfähigkeiten verbessert. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen, um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

Dank dieses Programms werden Sie neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen in der Organisation bewirken können"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

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



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

11

Qualifizierung

Der MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer) garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische 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: **Executive Master in MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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



Executive Master

MBA in Digitale Transformation (CDO, Chief Digital Officer)

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

Executive Master

MBA in Digitale Transformation
(CDO, Chief Digital Officer)

