

Executive Master MBA in Industriemanagement

M B A I



Executive Master MBA in Industriemanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Ingenieure und Hochschulabsolventen mit Erfahrung, die ihr Wissen über alle notwendigen Aspekte, die für die ordnungsgemäße Führung eines Industrieunternehmens zu berücksichtigen sind, vertiefen und aktualisieren möchten.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-industriemanagement

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 24

06

Struktur und Inhalt

Seite 28

07

Methodik

Seite 48

08

Profil unserer Studenten

Seite 56

09

Kursleitung

Seite 60

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 82

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 86

12

Qualifizierung

Seite 90

01

Willkommen

In einem zunehmend globalisierten Umfeld und bei immer stärkerem Wettbewerb zwischen Unternehmen aus verschiedenen Ländern ist es notwendig, effizienter zu arbeiten und alle Ressourcen auf die Erreichung der geplanten Ziele auszurichten. Zu diesem Zweck müssen die Unternehmen die besten Instrumente einsetzen, um ein wettbewerbsfähiges und effizientes Management zu erreichen, damit sie sich jederzeit an die Bedürfnisse des Marktes anpassen können. Dieses akademische Programm zum MBA in Industriemanagement vermittelt die notwendigen Werkzeuge und Kenntnisse, um diese Anpassung zu erreichen und unter den besten Bedingungen konkurrieren zu können, die besten Geschäftsergebnisse zu erzielen und somit den von den Fachleuten des 21. Jahrhunderts geforderten Arbeitserfolg zu erreichen.



MBA in Industriemanagement
TECH Technologische Universität

“

Ein hochwirksames akademisches Programm, das speziell für die Fortbildung der besten Fachleute im Bereich Industriemanagement entwickelt wurde"

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

Dieses Programm wurde mit dem Ziel konzipiert, Ihre Fähigkeiten in allen Aspekten des MBA in Industriemanagement zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich sein werden. So werden Sie nach Abschluss des Lehrplans in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen, wobei Sie immer im Hinterkopf behalten, wie wichtig es ist, effizient zu arbeiten und alle Ressourcen auf die Erreichung der vom Unternehmen gesetzten Ziele auszurichten.



“

Unsere größte Herausforderung ist es, Ihnen dabei zu helfen, Ihre akademischen Ziele zu erreichen, und aus diesem Grund schlagen wir Ihnen vor, diesen sehr umfassenden Masterstudiengang zu absolvieren"

**Die Ziele der Studenten sind auch die Ziele von TECH.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.**

Der **MBA in Industriemanagement** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Implementieren und Umsetzen der Strategie im gesamten Unternehmen mithilfe der Balanced Scorecard

04

Entwickeln von Verfahren und bewährten Praktiken im Projektmanagement

02

Entdecken, Definieren und Verwalten der grundlegenden Prozesse der Wertschöpfung im Unternehmen

05

Analysieren des eigenen Führungs-, Motivations- und Kommunikationsstils und Aufzeigen effektiver Verhaltensweisen, die am besten geeignet sind, Engagement und Teamgeist zu fördern und die Verantwortlichkeit der Mitarbeiter zu stärken

03

Ermitteln der Beziehung zwischen Projektmanagement und Unternehmensstrategie

06

Analysieren der Aspekte, die bei der Leistungsbeurteilung Ihres Teams wichtig sind, und deren erfolgreiche Umsetzung im Einklang mit der Strategie des Unternehmens

07

Durchführen einer umfassenden Analyse des aktuellen Geschäftsumfelds

10

Detailliertes Aufschlüsseln des Entwurfsprozesses eines neuen Produkts vom CAD-Entwurf bis zur Vereinbarung, dass der Entwurf den Anforderungen entspricht, über die Analyse möglicher Fehler und Erstellung von Zeichnungen

08

Interpretieren einer Bilanz zur Vermeidung zukünftiger Risiken

11

Erwerben detaillierter Kenntnisse über die Arbeitsdynamik von Produktionseinheiten und die Interaktion zwischen ihren Funktionen

09

Vertiefen der Techniken, ihrer Phasen und der Instrumente im Zusammenhang mit dem konzeptionellen Entwurf, der dem endgültigen Entwurf des Produkts vorausgeht, sowie der Übersetzung der Anforderungen des Endkunden in technische Spezifikationen, denen das Produkt entsprechen muss

12

Ansprechen der Bedeutung der Produktionsplanung als Schlüsselinstrument für die Rentabilität des Unternehmens

13

Vertiefen der Grundlagen des Lean-Denkens und seiner Hauptunterschiede im Vergleich zu traditionellen Fertigungsprozessen

14

Analysieren der Verschwendung im Unternehmen, Unterscheidung des Wertes jedes Prozesses und der Arten von Verschwendung, die gefunden werden können

15

Verdeutlichen der Bedeutung des Qualitätsmanagements in allen Bereichen des Unternehmens

16

Ermitteln der mit dem Qualitätsmanagement verbundenen Qualitätskosten und Einführung eines Systems zur Überwachung und Verbesserung dieser Kosten

17

Analysieren der Herausforderungen der Logistikfunktion, ihrer wichtigsten Aktivitäten und der damit verbundenen Kosten und der Wertschöpfung der Logistikfunktion sowie Vertiefen in die verschiedenen Arten von Lieferketten

18

Entwickeln der verschiedenen Strategien zur Optimierung der Logistikfunktion

19

Führen und Bewältigen der neuen Geschäftsmodelle und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung und Umsetzung von Industrie 4.0

20

Vertiefen der Notwendigkeit der digitalen Transformation, die die neuen geschäftlichen Herausforderungen nahelegen, um die nahe Zukunft erfolgreich zu meistern

21

Vertiefen der Grundlagen des Lean-Denkens und seiner Hauptunterschiede im Vergleich zu traditionellen Fertigungsprozessen

22

Analysieren der Verschwendung im Unternehmen, Unterscheidung des Wertes jedes Prozesses und der Arten von Verschwendung, die gefunden werden können

23

Etablieren der 5S-Prinzipien und wie sie helfen können, die Produktivität zu verbessern, sowie das Verständnis für ihre Umsetzung im Unternehmen zu vertiefen

24

Beherrschen der Lean-Diagnosetools

25

Durchführen einer gründlichen Analyse der operativen Lean-Tools wie SMED, JIDOKA, POKAYOKE, Chargenreduzierung und POUS

28

Identifizieren der KPIs, die helfen können, die Ergebnisse der Einführung von Lean zu messen

26

Vertiefen der Grundsätze der Kaizen-Methode zur kontinuierlichen Verbesserung und der verschiedenen Methoden sowie der wichtigsten Hindernisse, die bei der Umsetzung von Kaizen im Unternehmen auftreten können



27

Analysieren des Ablaufplans für die Umsetzung von Lean im Unternehmen, wobei die allgemeinen Aspekte der Umsetzung, die verschiedenen Phasen und die Erfolgsfaktoren für die Anwendung der Lean-Philosophie im Unternehmen näher betrachtet werden

29

Verdeutlichen der Bedeutung des Qualitätsmanagements in allen Bereichen des Unternehmens

30

Identifizieren der mit dem Qualitätsmanagement verbundenen Qualitätskosten und Implementieren eines Systems zur Überwachung und Verbesserung dieser Kosten

32

Untersuchen der neuen Trends und Strategien in der Logistikfunktion und deren Umsetzung im Unternehmen



33

Analysieren der differenzierenden Faktoren erfolgreicher Lieferketten und der differenzierenden Elemente der Wertschöpfungskette

31

Anwenden der Prinzipien der Lean-Philosophie auf das Supply Chain Management und die Anwendung eines Lean-Systems auf die Logistikfunktion

34

Vertiefen des Verständnisses der Pandemielogistik, der verschiedenen Szenarien und Analysieren der kritischen Punkte der Lieferkette im aktuellen Szenario sowie der Arten von Lieferketten für die Verteilung von Schlüsselementen wie Impfstoffen

35

Vertiefen des EFQM-Modells in seiner neuen Ausgabe, um es im Unternehmen weiterentwickeln zu können, wenn man einen Schritt weiter in Richtung Exzellenz machen will

36

Anwenden der wichtigsten Qualitätsinstrumente, die für das Management und die Verbesserung der Qualität von Produkten und Prozessen verwendet werden können





37

Erläutern der Bedeutung der kontinuierlichen Verbesserung und des Einsatzes der beiden wichtigsten Methoden: des PDCA-Zyklus mit seiner Anwendung auf die Implementierung von Lean Manufacturing und Six-Sigma

38

Vertiefen der Kenntnisse darüber, was Qualität bei Lieferanten bedeutet und wie man sie verwaltet, die verschiedenen Arten von Audits und wie man sie durchführt, Aspekte der Prüfung und des Labors

05

Kompetenzen

Nach Bestehen der Bewertungen des MBA in Industriemanagement wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine qualitativ hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten Lehrmethodik erworben haben.





“

Dieses Programm wird Ihnen die Fähigkeiten vermitteln, die Sie benötigen, um in Ihrer täglichen Arbeit noch erfolgreicher zu sein”

01

Verwalten aller Aspekte des industriellen Managements, um sowohl in der Gegenwart als auch in einer Zukunft voller Herausforderungen, Chancen und Veränderungen wettbewerbsfähig zu sein

02

Anwenden der wichtigsten strategischen Schlüssel für eine bessere Wettbewerbsfähigkeit in der heutigen und zukünftigen Zeit

03

Beherrschen der Instrumente zur Erreichung von Exzellenz, Definition der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung in der gesamten Organisation, Management nach Prozessen und strukturelle Typologie zur besseren Anpassung an Veränderungen sowie Aspekte, die für die Nachhaltigkeit, das Kundenmanagement, die Internationalisierung des Unternehmens und das Management des Wandels, der immer konstanter wird, zu berücksichtigen sind

04

Verwalten von Projekten mit konventionellen und agilen Methoden

05

Richtiges Personalmanagement, so dass die Mitarbeiter ihr volles Potenzial entfalten und den größtmöglichen Wert für das Unternehmen schaffen können

06

Interpretieren der wirtschaftlichen und finanziellen Daten des Unternehmens, und gleichzeitig in der Lage sein, die notwendigen Instrumente für eine bessere Verwaltung aller Aspekte im Zusammenhang mit den Unternehmensfinanzen zu nutzen und zu entwickeln

07

Verwalten der notwendigen Schritte und Phasen bei der Konzeption und Entwicklung neuer Produkte

08

Planen und Kontrollieren der Produktion, um die Ressourcen zu optimieren und sich bestmöglich an die Nachfrage anzupassen

09

Verwalten der Qualität im gesamten Unternehmen und Anwenden der wichtigsten Instrumente zur kontinuierlichen Verbesserung von Produkten und Prozessen

10

Anwenden der Arbeitsphilosophie des *Lean Manufacturing* mit dem Ziel, Verschwendung zu reduzieren, um die Ressourcen zu optimieren und dem Unternehmen die notwendige Flexibilität und Reaktion auf die Marktanforderungen zu ermöglichen

11

Entwickeln eines besseren Managements der gesamten Lieferkette und Verbessern des Materialflusses von den Lieferanten bis zum Versand der Produkte an den Kunden

12

Verwenden und Weiterentwickeln der neuesten Trends in den Bereichen Digitalisierung und Industrie 4.0, um besser auf den Wettbewerb in neuen und sich schnell verändernden Märkten vorbereitet zu sein

06

Struktur und Inhalt

Der MBA in Industriemanagement ist ein Programm, das auf die Bedürfnisse der Studenten des 21. Jahrhunderts zugeschnitten ist und in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass Berufstätige die Zeit und den Ort wählen können, die ihrer Verfügbarkeit, ihren Zeitplänen und ihren Interessen am besten entsprechen. Darüber hinaus hat der Student bei diesem Programm Zugriff auf das vollständigste und aktuellste Kompendium an Inhalten auf dem Markt. All dies in einem Lehrplan, der sich über 12 Monate erstreckt und eine einzigartige und anregende Erfahrung sein soll, die den Grundstein für den beruflichen Erfolg des Studenten legt.



“

Unser Lehrplan wird Ihnen das Wissen vermitteln, das Sie brauchen, um im industriellen Projektmanagement erfolgreich zu sein"

Lehrplan

Das stark globalisierte und wettbewerbsorientierte Umfeld von heute zwingt Unternehmen dazu, hocheffiziente Arbeitsumgebungen zu schaffen, um ihre Ziele zu erreichen. Um dies zu erreichen, müssen Unternehmen die besten Instrumente einsetzen, um ein wettbewerbsfähiges und effizientes Management zu erreichen, damit sie sich jederzeit an die Bedürfnisse des Marktes anpassen können. Dieser Executive Master vermittelt das nötige Handwerkszeug und Wissen, um diese Anpassung zu erreichen und unter den besten Bedingungen konkurrieren zu können.

Aufgrund der Notwendigkeit, sich ständig an Veränderungen im Umfeld anzupassen, die unterschiedlichster Art sein können, muss ein Unternehmen als adaptives System agieren. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass alle Fachleute, auch wenn sie nur für einen Bereich des Unternehmens verantwortlich sind, sich der Auswirkungen auf andere Bereiche und vor allem auf den Endkunden bewusst sind. Mit anderen Worten, sie müssen über transversales Wissen verfügen.

Aus diesem Grund vertieft dieser Executive Master alle Aspekte des industriellen Managements und verschafft einen besseren Überblick, um bessere Entscheidungen treffen zu können. Zu diesem Zweck stützt sich das Programm auf renommierte Fachleute, die über fundierte Kenntnisse und umfangreiche Erfahrungen verfügen, um den vermittelten Lehrinhalten einen hohen Wert beizumessen.

Der Inhalt verbindet theoretische Aspekte mit einem äußerst praktischen Ansatz, der den Studenten ein tiefgreifendes Wissen über die Realität eines Industrieunternehmens vermittelt. Auf diese Weise erhalten die Studenten die Fähigkeit und die Instrumente, die sie benötigen, um alle Aspekte des industriellen Managements effizient zu managen, damit sie sowohl in der Gegenwart als auch in einer Zukunft voller Herausforderungen, Chancen und Veränderungen angemessen konkurrieren können.

Die realen Kenntnisse jedes einzelnen Dozenten in seinem Bereich des Managements in der Industrie verleihen dem Lehrstoff eine hohe Qualität und einen Bezug zum Berufsalltag sowie eine Vision der Anpassung an die Zukunft. All dies macht es möglich, dass die Inhalte speziell so gestaltet sind, dass sie das Wissen an die Realität des Berufs und an die Instrumente anpassen, die jeder Berufstätige beherrschen sollte, um mit den ständigen Veränderungen, denen er sich stellen muss, angemessen umgehen zu können.

Auf diese Weise wird dieses Programm Fachleuten eine Erneuerung des Wissens vermitteln, die sie an die Spitze der neuesten Entwicklungen in jedem der Wissensbereiche bringt.

Dieser Executive Master erstreckt sich über 12 Monate und ist in 15 Module unterteilt:

Modul 1	Strategische Schlüssel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit
Modul 2	Projektmanagement
Modul 3	Führung und Personalmanagement
Modul 4	Unternehmensfinanzen. Ein wirtschaftlicher und finanzieller Ansatz
Modul 5	Produktdesign und -entwicklung
Modul 6	Produktionsplanung und -steuerung
Modul 7	<i>Lean Manufacturing</i>
Modul 8	Qualitätsmanagement
Modul 9	Die Logistikfunktion, der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit
Modul 10	Industrie 4.0 und <i>Business Intelligence</i> . Das digitalisierte Unternehmen
Modul 11	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
Modul 12	Personal- und Talentmanagement
Modul 13	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
Modul 14	Kaufmännisches Management und strategisches Marketing
Modul 15	Geschäftsleitung



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Fortbildung können Sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, so dass Sie Ihre Studienzeit selbst verwalten können.

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

Modul 1. Strategische Schlüssel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit

1.1. Exzellenz im heutigen Unternehmen

- 1.1.1. Anpassung an ein VUCA-Umfeld
- 1.1.2. Zufriedenheit der Stakeholder
- 1.1.3. *World Class Manufacturing*
- 1.1.4. Maßstab für Exzellenz: *Net Promoter Score*

1.2. Design der Unternehmensstrategie

- 1.2.1. Allgemeiner Prozess der Festlegung der Strategie
- 1.2.2. Definition der aktuellen Situation. Positionierungsmodelle
- 1.2.3. Mögliche strategische Schritte
- 1.2.4. Strategische Modelle für Aktionen
- 1.2.5. Funktionale und organisatorische Strategien
- 1.2.6. Umfeld- und Organisationsanalyse. DAFO-Analyse zur Entscheidungsfindung

1.3. Umsetzung der Strategie. *Balanced Scorecard*

- 1.3.1. Mission, Vision, Werte und Handlungsgrundsätze
- 1.3.2. Notwendigkeit einer *Balanced Scorecard*
- 1.3.3. Perspektiven für die Verwendung im BSC
- 1.3.4. Strategische Karte
- 1.3.5. Phase zur Implementierung einer guten BSC
- 1.3.6. Allgemeine Karte einer BSC

1.4. Prozessmanagement

- 1.4.1. Beschreibung eines Prozesses
- 1.4.2. Arten von Prozessen. Hauptprozesse
- 1.4.3. Priorisierung von Prozessen
- 1.4.4. Vertretung eines Prozesses
- 1.4.5. Prozesse für Verbesserungen messen
- 1.4.6. Prozesskarte
- 1.4.7. Prozess-Reengineering

1.5. Strukturelle Typologien. Agile Organisationen. ERR

- 1.5.1. Strukturelle Typologien
- 1.5.2. Das Unternehmen als anpassungsfähiges System
- 1.5.3. Das horizontale Unternehmen
- 1.5.4. Hauptmerkmale und Faktoren agiler Organisationen (ERR)
- 1.5.5. Organisationen der Zukunft: die TEAL-Organisation

1.6. Entwurf eines Geschäftsmodells

- 1.6.1. Canvas-Modell für den Entwurf des Geschäftsmodells
- 1.6.2. *Lean-Startup*-Methode bei der Gründung neuer Unternehmen und Produkte
- 1.6.3. Die Strategie des blauen Ozeans

1.7. Soziale Verantwortung der Unternehmen und Nachhaltigkeit

- 1.7.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR): ISO 26000
- 1.7.2. Ziele der nachhaltigen Entwicklung
- 1.7.3. Agenda 2030

1.8. *Customer Management*

- 1.8.1. Die Notwendigkeit, Kundenbeziehungen zu verwalten
- 1.8.2. Elemente des *Customer Management*
- 1.8.3. Technologie und *Customer Management*. Das CRM

1.9. Management im internationalen Umfeld

- 1.9.1. Die Bedeutung der Internationalisierung
- 1.9.2. Diagnose des Exportpotenzials
- 1.9.3. Ausarbeitung des Internationalisierungsplans
- 1.9.4. Umsetzung des Internationalisierungsplans
- 1.9.5. Instrumente zur Exportunterstützung

1.10. Änderungsmanagement

- 1.10.1. Die Dynamik des Wandels in Unternehmen
- 1.10.2. Hindernisse für Änderungen
- 1.10.3. Faktoren für die Anpassung an Änderungen
- 1.10.4. Kotter's Methodik für Änderungsmanagement

Modul 2. Projektmanagement

2.1. Das Projekt

- 2.1.1. Grundlegende Elemente des Projekts
- 2.1.2. Der Projektleiter
- 2.1.3. Das Umfeld, in dem Projekte durchgeführt werden

2.2. Management des Projektumfangs

- 2.2.1. Umfangsanalyse
- 2.2.2. Planung des Projektumfangs
- 2.2.3. Kontrolle des Projektumfangs

2.3. Terminplan-Management

- 2.3.1. Die Bedeutung der Planung
- 2.3.2. Verwalten der Projektplanung. *Project Schedule*
- 2.3.3. Tendenzen des Zeitmanagements

2.4. Kostenmanagement

- 2.4.1. Analyse der Projektkosten
- 2.4.2. Finanzielle Auswahl der Projekte
- 2.4.3. Planung der Projektkosten
- 2.4.4. Kontrolle der Projektkosten

2.5. Qualität, Ressourcen und Beschaffung

- 2.5.1. Totale Qualität und Projektmanagement
- 2.5.2. Projekt-Ressourcen
- 2.5.3. Beschaffung. Rekrutierungssystem

2.6. Projektbeteiligte und ihre Kommunikation

- 2.6.1. Bedeutung der *Stakeholder*
- 2.6.2. Management der *Stakeholder*
- 2.6.3. Projekt-Kommunikation

2.7. Risikomanagement des Projekts

- 2.7.1. Grundlegende Prinzipien des Risikomanagements
- 2.7.2. Managementprozesse für das Risikomanagement von Projekten
- 2.7.3. Tendenzen im Risikomanagement

2.8. Integriertes Projektmanagement

- 2.8.1. Strategische Planung und Projektmanagement
- 2.8.2. Projektmanagementplan
- 2.8.3. Implementierung und Kontrollprozesse
- 2.8.4. Abschluss des Projekts

2.9. Agile Methoden I: Scrum

- 2.9.1. Grundsätze von Agil und Scrum
- 2.9.2. Scrum-Team
- 2.9.3. Scrum-Events
- 2.9.4. Scrum-Artefakte

2.10. Agile Methoden II: Kanban

- 2.10.1. Grundsätze von Kanban
- 2.10.2. Kanban und Scrumban
- 2.10.3. Zertifizierungen

Modul 3. Führung und Personalmanagement

3.1. Die Rolle der Führungskraft

- 3.1.1. Führung im effektiven Personalmanagement
- 3.1.2. Arten von Entscheidungsstilen im Personalmanagement
- 3.1.3. Der Führer-Coach
- 3.1.4. Selbstgesteuerte Teams und *Empowerment*

3.2. Motivation der Teams

- 3.2.1. Bedürfnisse und Erwartungen
- 3.2.2. Effektive Erkennung
- 3.2.3. Wie kann der Zusammenhalt im Team gestärkt werden?

3.3. Kommunikation und Konfliktlösung

- 3.3.1. Intelligente Kommunikation
- 3.3.2. Konstruktives Konfliktmanagement
- 3.3.3. Problemlösungsstrategien

3.4. Emotionale Intelligenz im Personalmanagement

- 3.4.1. Emotionen, Gefühlen und Gemütszuständen
- 3.4.2. Emotionale Intelligenz
- 3.4.3. Fähigkeitsmodell (Mayer und Salovey): Identifizierung, Nutzung, Verständnis und Verwaltung
- 3.4.4. Emotionale Intelligenz und Personalauswahl

3.5. Indikatoren im Personalmanagement

- 3.5.1. Produktivität
- 3.5.2. Personalfuktuation
- 3.5.3. Rate der Talentbindung
- 3.5.4. Index der Mitarbeiterzufriedenheit
- 3.5.5. Durchschnittliche Dauer der unbesetzten Stellen
- 3.5.6. Durchschnittliche Schulungszeit
- 3.5.7. Durchschnittliche Zeit bis zum Erreichen der Ziele
- 3.5.8. Abwesenheitsquote
- 3.5.9. Arbeitsunfälle

3.6. Leistungsbewertung

- 3.6.1. Komponenten und Zyklus der Leistungsbewertung
- 3.6.2. 360°-Bewertung
- 3.6.3. Leistungsmanagement: ein Prozess und ein System
- 3.6.4. Management nach Zielen
- 3.6.5. Funktionsweise des Leistungsbewertungsprozesses

3.7. Schulungsplan

- 3.7.1. Grundlegende Prinzipien
- 3.7.2. Identifizierung des Schulungsbedarfs
- 3.7.3. Schulungsplan
- 3.7.4. Indikatoren für Schulung und Entwicklung

3.8. Identifizierung von Potenzial

- 3.8.1. Das Potenzial
- 3.8.2. *Soft Skills* als Schlüsselqualifikation für *High Potentials*
- 3.8.3. Methoden zur Identifizierung von Potenzial: Bewertung der Lernfähigkeit (*Lominger*) und Wachstumsfaktoren

3.9. Die Talentkarte

- 3.9.1. Vier-Felder-Matrix nach George Odiorne
- 3.9.2. Neun-Felder-Matrix
- 3.9.3. Strategische Maßnahmen für effektive Talentförderung

3.10. Talententwicklungsstrategie und ROI

- 3.10.1. 70-20-10-Lernmodell für *Soft Skills*
- 3.10.2. Karrierewege und Nachfolge
- 3.10.3. Talent-ROI

Modul 4. Unternehmensfinanzen. Ein wirtschaftlicher und finanzieller Ansatz

4.1. Das Unternehmen in unserem Umfeld

- 4.1.1. Produktionskosten
- 4.1.2. Unternehmen in wettbewerbsintensiven Märkten
- 4.1.3. Monopolistischer Wettbewerb

4.2. Analyse der Finanzberichte I: Die Bilanz

- 4.2.1. Vermögenswerte. Kurz- und langfristige Ressourcen
- 4.2.2. Verbindlichkeiten. Kurz- und langfristige Verpflichtungen
- 4.2.3. Nettovermögen. Aktionärsrenditen

4.3. Analyse der Finanzberichte II: die Gewinn- und Verlustrechnung

- 4.3.1. Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung. Einnahmen, Kosten, Ausgaben und Ergebnis
- 4.3.2. Schlüsselkennzahlen für die Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 4.3.3. Analyse der Rentabilität

4.4. Kassenverwaltung

- 4.4.1. Inkasso und Zahlungen. *Cash-Forecast*
- 4.4.2. Auswirkungen und Management von Liquiditätsdefiziten/-überschüssen. Korrekturmaßnahmen
- 4.4.3. *Cashflow*-Analyse
- 4.4.4. Verwaltung und Auswirkungen des Portfolios uneinbringlicher Forderungen

4.5. Kurz- und langfristige Finanzierungsquellen

- 4.5.1. Kurzfristige Finanzierung, Instrumente
- 4.5.2. Langfristige Finanzierung, Instrumente
- 4.5.3. Zinssätze und ihre Struktur

4.6. Interaktion zwischen Unternehmen und Banken

- 4.6.1. Finanzsystem und das Bankgeschäft
- 4.6.2. Bankprodukte für Unternehmen
- 4.6.3. Das von der Bank analysierte Unternehmen

4.7. Analytische oder Kostenrechnung

- 4.7.1. Kostenpunkte. Kostenbasierte Entscheidungen
- 4.7.2. *Full Costing*
- 4.7.3. *Direct Costing*
- 4.7.4. Aktivitätsbasiertes und standortbasiertes Kalkulationsmodell

4.8. Investitionsanalyse und -beurteilung

- 4.8.1. Unternehmen und Investitionsentscheidungen. Szenarien und Situationen
- 4.8.2. Bewertung der Investitionen
- 4.8.3. Bewertung des Unternehmens

4.9. Unternehmensbuchhaltung

- 4.9.1. Kapitalerhöhung und -herabsetzung
- 4.9.2. Auflösung, Liquidation und Umwandlung von Unternehmen
- 4.9.3. Zusammenschlüsse von Unternehmen: Fusionen und Übernahmen

4.10. Finanzierung des Außenhandels

- 4.10.1. Auslandsmärkte: die Entscheidung für den Export
- 4.10.2. Devisenmarkt
- 4.10.3. Internationale Zahlungs- und Inkassomittel
- 4.10.4. Transport, Incoterms und Versicherung

Modul 5. Produktdesign und -entwicklung

5.1. QFD in Produktdesign und -entwicklung (Quality Function Deployment)

- 5.1.1. Von der Stimme des Kunden zu den technischen Anforderungen
- 5.1.2. Das Haus der Qualität / Phasen für seine Entwicklung
- 5.1.3. Vorteile und Beschränkungen

5.2. Design Thinking

- 5.2.1. Design, Bedarf, Technologie und Strategie
- 5.2.2. Etappen des Prozesses
- 5.2.3. Verwendete Techniken und Instrumente

5.3. Gleichzeitige Entwicklung

- 5.3.1. Grundlagen der gleichzeitigen Entwicklung
- 5.3.2. Methoden der gleichzeitigen Entwicklung
- 5.3.3. Verwendete Tools

5.4. Programm. Planung und Definition

- 5.4.1. Anforderungen. Qualitätsmanagement
- 5.4.2. Phasen der Entwicklung. Zeitmanagement
- 5.4.3. Materialien, Machbarkeit, Verfahren. Kostenmanagement
- 5.4.4. Projektteam. Personalmanagement
- 5.4.5. Information. Kommunikationsmanagement
- 5.4.6. Risikoanalyse. Risikomanagement

5.5. Produkt. Design (CAD) und Entwicklung

- 5.5.1. Informationsmanagement/PLM/Produktlebenszyklus
- 5.5.2. Modalitäten und Auswirkungen von Produktfehlern
- 5.5.3. CAD-Konstruktion. Überprüfung
- 5.5.4. Produkt- und Fertigungspläne
- 5.5.5. Überprüfung des Designs

5.6. Prototypen. Entwicklung

- 5.6.1. Schnelles Prototyping
- 5.6.2. Kontrollplan
- 5.6.3. Planung von Experimenten
- 5.6.4. Analyse der Messsysteme

5.7. Produktionsprozess. Design und Entwicklung

- 5.7.1. Modalitäten und Auswirkungen des Scheitern des Prozesses
- 5.7.2. Entwurf und Konstruktion von Fertigungswerkzeugen
- 5.7.3. Entwurf und Konstruktion von Prüfvorrichtungen
- 5.7.4. Anpassungsphase
- 5.7.5. In Produktion geben
- 5.7.6. Erste Beurteilung des Prozesses

5.8. Produkt und Prozess. Validierung

- 5.8.1. Bewertung der Messsysteme
- 5.8.2. Validierungstests
- 5.8.3. Statistische Prozesskontrolle (SPC)
- 5.8.4. Produktzertifizierung

5.9. Änderungsmanagement. Verbesserung und Abhilfemaßnahmen

- 5.9.1. Art der Änderung
- 5.9.2. Analyse der Variabilität, Verbesserung
- 5.9.3. Gelernte Lektionen und bewährte Praktiken
- 5.9.4. Prozess der Änderung

5.10. Innovation und Technologietransfer

- 5.10.1. Geistiges Eigentum
- 5.10.2. Innovation
- 5.10.3. Technologietransfer

Modul 6. Produktionsplanung und -steuerung

6.1. Phasen der Produktionsplanung

- 6.1.1. Fortgeschrittene Planung
- 6.1.2. Umsatzprognose, Methoden
- 6.1.3. Definition von *Takt-Time*
- 6.1.4. Materialplan-MRP-Minimalbestand
- 6.1.5. Personalplan
- 6.1.6. Bedarf an Ausrüstung

6.2. Produktionsplan

- 6.2.1. Zu berücksichtigende Faktoren
- 6.2.2. *Push*-Planung
- 6.2.3. *Pull*-Planung
- 6.2.4. Gemischte Systeme

6.3. Kanban

- 6.3.1. Kanban-Arten
- 6.3.2. Verwendung von Kanban
- 6.3.3. Autonome Planung: 2 Bin Kanban

6.4. Produktionskontrolle

- 6.4.1. Abweichungen vom Produktionsplan und Berichterstattung
- 6.4.2. Überwachung der Produktionsleistung: OEE
- 6.4.3. Überwachung der Gesamtkapazität: TEEP

6.5. Organisation der Produktion

- 6.5.1. Produktionsmittel
- 6.5.2. Verfahrenstechnik
- 6.5.3. Instandhaltung
- 6.5.4. Materialkontrolle

6.6. *Total Productive Maintenance (TPM)*

- 6.6.1. Korrigierende Wartung
- 6.6.2. Autonome Wartung
- 6.6.3. Vorbeugende Wartung
- 6.6.4. Prädiktive Wartung
- 6.6.5. Indikatoren für die Effizienz der Wartung
MTBF-MTTR

6.7. Anlagenlayout

- 6.7.1. Konditionierende Faktoren
- 6.7.2. Linienproduktion
- 6.7.3. Produktion in Arbeitszellen
- 6.7.4. Anwendungen
- 6.7.5. SLP-Methodik

6.8. Just-In-Time (JIT)

- 6.8.1. Beschreibung und Ursprünge von JIT
- 6.8.2. Ziele
- 6.8.3. JIT-Anwendungen. Produkt-Sequenzierung

6.9. Engpasstheorie (TOC)

- 6.9.1. Grundlegende Prinzipien
- 6.9.2. Die 5 Schritte der TOC und ihre Anwendung
- 6.9.3. Vor- und Nachteile

6.10. *Quick Response Manufacturing (QRM)*

- 6.10.1. Beschreibung
- 6.10.2. Wichtige Punkte für die Strukturierung
- 6.10.3. QRM-Implementierung

Modul 7. Lean Manufacturing

7.1. LEAN-Denken

- 7.1.1. Struktur des LEAN-Systems
- 7.1.2. Die LEAN-Prinzipien
- 7.1.3. Lean vs. traditionelle Fertigungsprozesse

7.2. Verschwendung im Unternehmen

- 7.2.1. Bewertung vs. Verschwendung in LEAN-Umgebungen
- 7.2.2. Arten der Verschwendung (MUDA)
- 7.2.3. Der LEAN-Denkprozess

7.3. Die 5 S

- 7.3.1. 5S-Prinzipien und wie sie zur Verbesserung der Produktivität beitragen können
- 7.3.2. Die 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu und Shitsuke
- 7.3.3. Implementierung der 5S im Unternehmen

7.4. LEAN-Diagnosetools. VSM. Wertstromkarten

- 7.4.1. Wertsteigernde Aktivitäten, notwendige Aktivitäten und nicht wertsteigernde Aktivitäten
- 7.4.2. Die 7 Werkzeuge des *Value Stream mapping*
- 7.4.3. Mapping der Prozessaktivitäten
- 7.4.4. Mapping der *Supply Chain*
- 7.4.5. Trichter der Produktionsvielfalt
- 7.4.6. Qualitätsfilter-Mapping
- 7.4.7. Mapping der Nachfrageverstärkung
- 7.4.8. Analyse der Entscheidungspunkte
- 7.4.9. Mapping der physischen Struktur

7.5. Operative LEAN-Tools

- 7.5.1. SMED
- 7.5.2. JIDOKA
- 7.5.3. POKAYOKE
- 7.5.4. Reduzierung von Chargen
- 7.5.5. POUS

7.6. LEAN-Tools für die Überwachung, Planung und Steuerung der Produktion

- 7.6.1. Visuelles Management
- 7.6.2. Standardisierung
- 7.6.3. Nivellierung der Produktion (Heijunka)
- 7.6.4. Herstellung in Zellen

7.7. Die Kaizen-Methode für kontinuierliche Verbesserung

- 7.7.1. Grundsätze des Kaizen
- 7.7.2. Kaizen-Methoden: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
- 7.7.3. Instrumente zur Problemlösung. *A3 report*
- 7.7.4. Haupthindernisse für die Umsetzung von Kaizen

7.8. Fahrplan für die LEAN-Implementierung

- 7.8.1. Allgemeine Aspekte der Implementierung
- 7.8.2. Phasen der Implementierung
- 7.8.3. Informationstechnologien bei der LEAN-Implementierung
- 7.8.4. Erfolgsfaktoren bei der LEAN-Implementierung

7.9. KPIs zur LEAN-Leistungsmessung

- 7.9.1. OEE - Gesamteffizienz der Ausrüstung
- 7.9.2. TEEP - Gesamtleistung der Ausrüstung
- 7.9.3. FTT - First-time Qualität
- 7.9.4. DTD - Dock-to-Dock-Zeit
- 7.9.5. OTD - Pünktliche Lieferungen
- 7.9.6. BTS - Produktion gemäß Programm
- 7.9.7. ITO - Inventarumschlagshäufigkeit
- 7.9.8. VAR - Wertschöpfungsquote
- 7.9.9. PPMs - Teile pro Million Defekte
- 7.9.10. DR - Zustellungsrate
- 7.9.11. AFR - Unfallhäufigkeitsindex

7.10. Menschliche Dimension von LEAN. Beteiligungsprogramme für das Personal

- 7.10.1. Das Team im LEAN-Projekt. Anwendung der Teamarbeit
- 7.10.2. Vielseitigkeit der Arbeiter
- 7.10.3. Verbesserungsgruppen
- 7.10.4. Vorschlagsprogramme

Modul 8. Qualitätsmanagement

8.1. Total Quality

- 8.1.1. Total Quality Management
- 8.1.2. Externe und interne Kunden
- 8.1.3. Qualitätskosten
- 8.1.4. Kontinuierliche Verbesserung und die Deming-Philosophie

8.2. Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001:15

- 8.2.1. Die 7 Grundsätze des Qualitätsmanagements nach ISO 9001:15
- 8.2.2. Der Prozessansatz
- 8.2.3. Anforderungen der ISO 9001:15
- 8.2.4. Etappen und Empfehlungen für die Umsetzung
- 8.2.5. Einsatz von Zielen in einem Modell vom Typ *Hoshin-Kanri*
- 8.2.6. Zertifizierungsaudit

8.3. Integrierte Managementsysteme

- 8.3.1. Umweltmanagementsystem: ISO 14000
- 8.3.2. Arbeitsschutzmanagementsystem: ISO 45001
- 8.3.3. Integration von Managementsystemen

8.4. Hervorragendes Management: EFQM-Modell

- 8.4.1. Grundsätze und Grundlagen des EFQM-Modells
- 8.4.2. Neue Kriterien des EFQM-Modells
- 8.4.3. EFQM-Diagnoseinstrument: RADAR-Matrizen

8.5. Qualitätsinstrumente

- 8.5.1. Grundlegende Instrumente
- 8.5.2. SPC Statistische Prozesskontrolle
- 8.5.3. Kontrollplan und Kontrollrichtlinien für das Produktqualitätsmanagement

8.6. Fortgeschrittene Instrumente und Instrumente zur Fehlerbehebung

- 8.6.1. FMEA
- 8.6.2. 8D-Report
- 8.6.3. Die 5 Warum?
- 8.6.4. 5W + 2H
- 8.6.5. *Benchmarking*

8.7. Methodik zur kontinuierlichen Verbesserung I: PDCA

- 8.7.1. PDCA-Zyklus und seine Phasen
- 8.7.2. Anwendung des PDCA-Zyklus auf die Entwicklung von *Lean Manufacturing*
- 8.7.3. Schlüssel zu erfolgreichen PDCA-Projekten

8.8. Methodik zur kontinuierlichen Verbesserung II: Six-Sigma

- 8.8.1. Beschreibung von Six-Sigma
- 8.8.2. Grundsätze von Six-Sigma
- 8.8.3. Six-Sigma-Projektauswahl
- 8.8.4. Etappen eines Six-Sigma-Projekts. DMAIC-Methodik
- 8.8.5. Rollen im Six-Sigma
- 8.8.6. Six-Sigma und *Lean Manufacturing*

8.9. Qualität der Lieferanten. Audits. Tests und Labor

- 8.9.1. Empfangsqualität. Abgestimmte Qualität
- 8.9.2. Interne Audits des Managementsystems
- 8.9.3. Produkt- und Prozessaudits
- 8.9.4. Phasen der Durchführung von Audits
- 8.9.5. Prüfer-Profil
- 8.9.6. Tests, Labor und Messtechnik

8.10. Organisatorische Aspekte des Qualitätsmanagements

- 8.10.1. Die Rolle der Geschäftsführung im Qualitätsmanagement
- 8.10.2. Organisation des Qualitätsbereichs und die Beziehung zu anderen Bereichen
- 8.10.3. Qualitätszirkel

Modul 9. Die Logistikfunktion, der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit

9.1. Logistikfunktion und Lieferkette

- 9.1.1. Logistik als Schlüssel für den Erfolg eines Unternehmens
- 9.1.2. Herausforderungen der Logistik
- 9.1.3. Schlüsselaktivitäten in der Logistik. Wert aus der logistischen Funktion erhalten
- 9.1.4. Arten von Lieferketten
- 9.1.5. Verwaltung der Lieferkette
- 9.1.6. Kosten der Logistikfunktion

9.2. Optimierungsstrategien in der Logistik

- 9.2.1. *Cross-Docking*-Strategie
- 9.2.2. Anwendung der agilen Methodik auf das Logistikmanagement
- 9.2.3. *Outsourcing* von Logistikprozessen
- 9.2.4. *Picking* oder effiziente Kommissionierung

9.3. LEAN logistics

- 9.3.1. *LEAN logistics* im Lieferkettenmanagement
- 9.3.2. Analyse der Verschwendung in der Logistikkette
- 9.3.3. Anwendung eines Lean-Systems im Lieferkettenmanagement

9.4. Lagerverwaltung und Automatisierung

- 9.4.1. Die Rolle der Lagerhäuser
- 9.4.2. Verwaltung eines Lagers
- 9.4.3. Verwaltung der Bestände
- 9.4.4. Typologie von Lagern
- 9.4.5. Ladeeinheiten
- 9.4.6. Organisation eines Lagers
- 9.4.7. Ausrüstung für Lagerung und Transport

9.5. Beschaffungsmanagement

- 9.5.1. Die Rolle des Vertriebs als wesentlicher Bestandteil der Logistik. Interne Logistik vs. Externe Logistik
- 9.5.2. Die traditionelle Beziehung zu Lieferanten
- 9.5.3. Das neue Paradigma der Lieferantenbeziehungen
- 9.5.4. Wie können wir unsere Lieferanten klassifizieren und auswählen?
- 9.5.5. Wie entwickelt man ein effektives Beschaffungsmanagement?

9.6. Logistische Informations- und Kontrollsysteme

- 9.6.1. Anforderungen an ein logistisches Kontroll- und Informationssystem
- 9.6.2. 2 Arten von logistischen Informations- und Kontrollsystemen
- 9.6.3. *Big-Data*-Anwendungen im Logistikmanagement
- 9.6.4. Bedeutung von Daten im Logistikmanagement
- 9.6.5. *Balanced Scorecard* in der Logistik. Wichtigste Management- und Kontrollindikatoren

9.7. Rückführungslogistik

- 9.7.1. Schlüssel der Rückführungslogistik
- 9.7.2. Umgekehrte Logistikströme vs. Direkt
- 9.7.3. Operationen im Rahmen der Rückführungslogistik
- 9.7.4. Wie implementiert man einen umgekehrten Vertriebskanal?
- 9.7.5. Endgültige Alternativen für Produkte im umgekehrten Kanal
- 9.7.6. Kosten der Rückführungslogistik

9.8. Neue Logistikstrategien

- 9.8.1. Künstliche Intelligenz und Robotisierung
- 9.8.2. Grüne Logistik und Nachhaltigkeit
- 9.8.3. Internet der Dinge in der Logistik
- 9.8.4. Das digitalisierte Lager
- 9.8.5. *E-Business* und neue Vertriebsmodelle
- 9.8.6. Bedeutung der Logistik der letzten Meile

9.9. Benchmarking der Vertriebsketten

- 9.9.1. Gemeinsamkeiten von erfolgreichen Wertschöpfungsketten
- 9.9.2. Analyse der Wertschöpfungskette der Inditex-Gruppe
- 9.9.3. Analyse der Wertschöpfungskette von Amazon

9.10. Die Logistik der Pandemie

- 9.10.1. Allgemeines Szenario
- 9.10.2. Kritische Fragen zur Lieferkette in einem Pandemie-Szenario
- 9.10.3. Auswirkungen der Kühlkettenanforderungen auf den Aufbau der Impfstofflieferkette
- 9.10.4. Arten von Lieferketten für den Vertrieb von Impfstoffen

Modul 10. Industrie 4.0 und *Business Intelligence*. Das digitalisierte Unternehmen

10.1. Industrielle Automatisierung und Robotik

- 10.1.1. Phasen der Prozessautomatisierung
- 10.1.2. Industrielle *Hardware* für Automatisierung und Robotik
- 10.1.3. Der Arbeitszyklus und seine *Software*-Programmierung

10.2. Prozessautomatisierung: RPA

- 10.2.1. Automatisierbare Verwaltungsprozesse
- 10.2.2. Struktur der Software
- 10.2.3. Beispiele für die Anwendung

10.3. MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII-Systeme

- 10.3.1. Produktionssteuerung mit MES-Systemen
- 10.3.2. Technik und Wartung: SCADA und GMAO
- 10.3.3. Beschaffung und Logistik: SGA und MPRII

10.4. *Business Intelligence Software*

- 10.4.1. Grundlagen von BI
- 10.4.2. Struktur der Software
- 10.4.3. Möglichkeiten der Implementierung

10.5. ERP-Software

- 10.5.1. Beschreibung des ERP
- 10.5.2. Umfang der Verwendung
- 10.5.3. Die wichtigsten ERP auf dem Markt

10.6. IoT und *Business Intelligence*

- 10.6.1. IoT: die vernetzte Welt
- 10.6.2. Datenquellen
- 10.6.3. Volle Kontrolle durch IoT + BI
- 10.6.4. *Blockchain*

10.7. Wichtigste BI-Software auf dem Markt

- 10.7.1. *Power Bi*
- 10.7.2. *Qlik*
- 10.7.3. *Tableau*

10.8. *Microsoft Power Bi*

- 10.8.1. Merkmale
- 10.8.2. Beispiele für die Anwendung
- 10.8.3. Zukunft von *Power Bi*

10.9. *Machine Learning*, Künstliche Intelligenz, Optimierung und Vorhersage im Unternehmen

- 10.9.1. *Machine learning* und künstliche Intelligenz
- 10.9.2. Prozessoptimierung
- 10.9.3. Die Bedeutung des datengestützten *Forecasting*

10.10. *Big Data* angewandt auf das Geschäftsumfeld

- 10.10.1. Anwendungen im Produktionsumfeld
- 10.10.2. Anwendungen auf der Ebene des strategischen Managements
- 10.10.3. Marketing- und Vertriebsanwendungen

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

11.1. Globalisierung und Governance

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

11.2. Führung

- 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 11.2.2. Führung in Unternehmen
- 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.3.3. Diversitätsmanagement

11.4. Managemententwicklung und Führung

- 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 11.4.2. Konzept der Führung
- 11.4.3. Theorien der Führung
- 11.4.4. Führungsstile
- 11.4.5. Intelligenz in der Führung
- 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

11.5. Wirtschaftsethik

- 11.5.1. Ethik und Moral
- 11.5.2. Wirtschaftsethik
- 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

11.6. Nachhaltigkeit

- 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen

11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

11.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards

11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

11.10. Rechtliches Umfeld und Corporate Governance

- 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

12.1. Strategisches Management von Menschen

- 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
- 12.1.2. Strategisches Management von Menschen

12.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement

- 12.2.1. Analyse des Potenzials
- 12.2.2. Vergütungspolitik
- 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne

12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

- 12.3.1. Leistungsmanagement
- 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse

12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement

- 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 12.4.2. Identifizierung, Ausbildung und Entwicklung von Talenten
- 12.4.3. Loyalität und Bindung
- 12.4.4. Proaktivität und Innovation

12.5. Motivation

- 12.5.1. Die Natur der Motivation
- 12.5.2. Erwartungstheorie
- 12.5.3. Theorien der Bedürfnisse
- 12.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams

- 12.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 12.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

12.7. Änderungsmanagement

- 12.7.1. Änderungsmanagement
- 12.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
- 12.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 12.8.1. Verhandlung
- 12.8.2. Management von Konflikten
- 12.8.3. Krisenmanagement

12.9. Kommunikation der Führungskräfte

- 12.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 12.9.2. Abteilungen für Kommunikation
- 12.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

12.10. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten

- 12.10.1. Produktivität
- 12.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

13.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
- 13.1.2. Finanzinstitutionen
- 13.1.3. Finanzmärkte
- 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
- 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

13.2. Buchhaltung

- 13.2.1. Grundlegende Konzepte
- 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
- 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
- 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
- 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

13.3. Informationssysteme und Business Intelligence

- 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 13.4.1. Das Haushaltsmodell
- 13.4.2. Das Kapitalbudget
- 13.4.3. Das Betriebsbudget
- 13.4.5. Cash-Budget
- 13.4.6. Haushaltsüberwachung

13.5. Finanzmanagement

- 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 13.5.2. Die Finanzabteilung
- 13.5.3. Bargeldüberschüsse
- 13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
- 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

13.6. Finanzielle Planung

- 13.6.1. Definition der Finanzplanung
- 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
- 13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
- 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
- 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

13.8. Strategische Finanzierungen

- 13.8.1. Selbstfinanzierung
- 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 13.8.3. Hybride Ressourcen
- 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre

13.9. Finanzanalyse und -planung

- 13.9.1. Analyse der Bilanz
- 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.9.3. Analyse der Rentabilität

**13.10. Analyse und Lösung von Fällen/
Problemen**

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

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

14.1. Kaufmännisches Management

- 14.1.1. Konzeptioneller Rahmen des kaufmännischen Managements
- 14.1.2. Kaufmännische Strategie und Planung
- 14.1.3. Die Rolle der kaufmännischen Leiter

14.2. Marketing

- 14.2.1. Marketingkonzept
- 14.2.2. Grundlagen des Marketings
- 14.2.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens

14.3. Strategisches Marketingmanagement

- 14.3.1. Konzept des strategischen Marketings
- 14.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
- 14.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung

14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel

- 14.4.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
- 14.4.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
- 14.4.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
- 14.4.4. Kategorien des elektronischen Handels
- 14.4.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel

14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke

- 14.5.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
- 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*

14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden

- 14.6.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hypersegmentierung

14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen

- 14.7.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
- 14.7.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
- 14.7.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen

14.8. Verkaufsstrategie

- 14.8.1. Verkaufsstrategie
- 14.8.2. Verkaufsmethoden

14.9. Unternehmenskommunikation

- 14.9.1. Konzept
- 14.9.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.3. Art der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
- 14.9.5. Elemente der Kommunikation
- 14.9.6. Kommunikationsprobleme
- 14.9.7. Szenarien der Kommunikation

14.10. Kommunikation und digitaler Ruf

- 14.10.1. Online-Reputation
- 14.10.2. Wie misst man die digitale Reputation?
- 14.10.3. Online-Reputationstools
- 14.10.4. Online-Reputationsbericht
- 14.10.5. *Online-Branding*

Modul 15. Geschäftsleitung

15.1. General Management

- 15.1.1. Konzept des General Management
- 15.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
- 15.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 15.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

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

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

15.3. Operations Management

- 15.3.1. Bedeutung des Managements
- 15.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 15.3.3. Qualitätsmanagement

15.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 15.4.3. Kommunikationsbarrieren

15.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel

- 15.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 15.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 15.5.4. Werkzeuge in der Organisation

15.6. Krisenkommunikation

- 15.6.1. Krise
- 15.6.2. Phasen der Krise
- 15.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

15.7. Einen Krisenplan vorbereiten

- 15.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 15.7.2. Planung
- 15.7.3. Angemessenheit des Personals

15.8. Emotionale Intelligenz

- 15.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 15.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 15.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

15.9. Personal Branding

- 15.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.9.2. Regeln des Personal Branding
- 15.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

15.10. Führungsrolle und Teammanagement

- 15.10.1. Leadership und Führungsstile
- 15.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 15.10.3. Management von Veränderungsprozessen
- 15.10.4. Leitung multikultureller Teams



“

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

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.



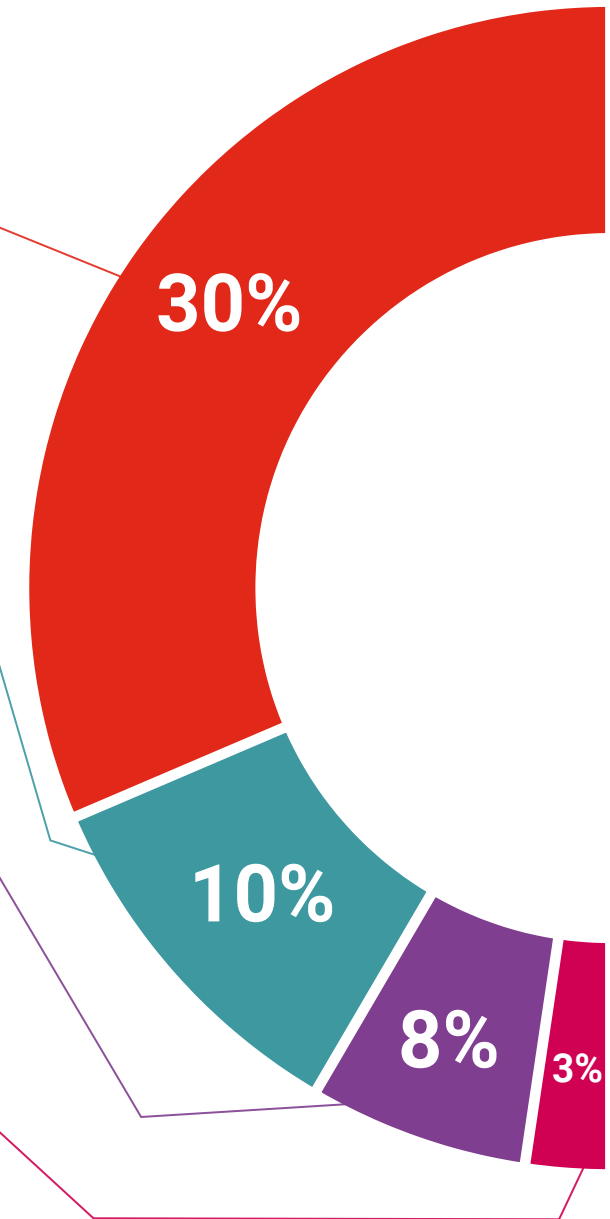
Übungen zu Managementfähigkeiten

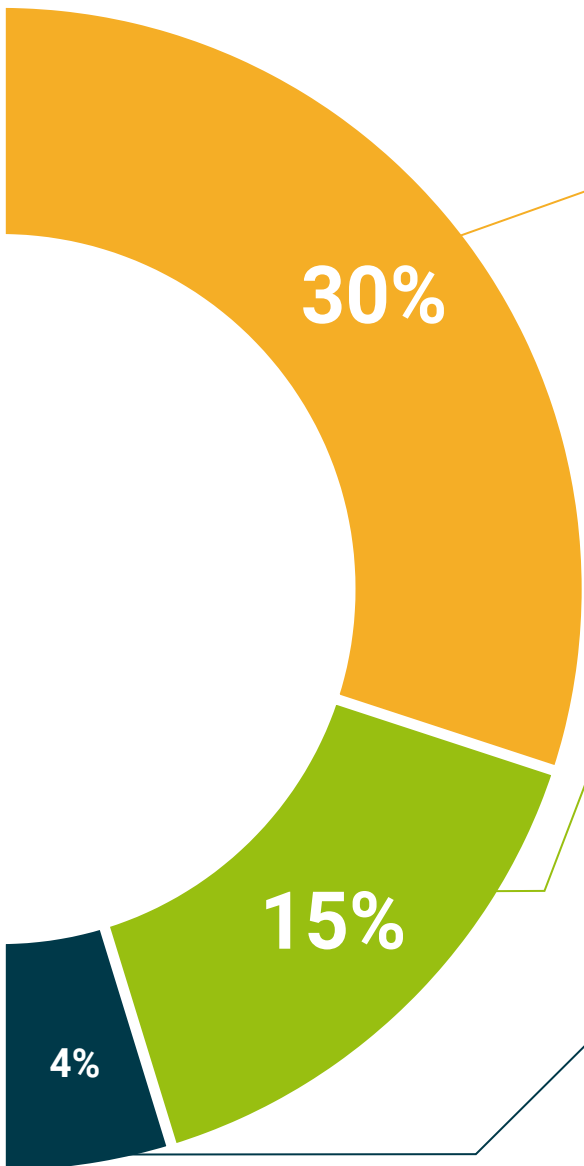
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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

Dieser Executive Master richtet sich an Ingenieure und Hochschulabsolventen mit Erfahrung, die ihr Wissen über alle notwendigen Aspekte, die bei der ordnungsgemäßen Führung eines Industrieunternehmens zu berücksichtigen sind, vertiefen und aktualisieren möchten. Studenten, die aus diesen Studiengängen kommen, sollten über eine ausreichende Wissensbasis verfügen, um die Module des Lehrplans zu absolvieren. Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich des MBA in Industriemanagement können den Executive Master absolvieren.





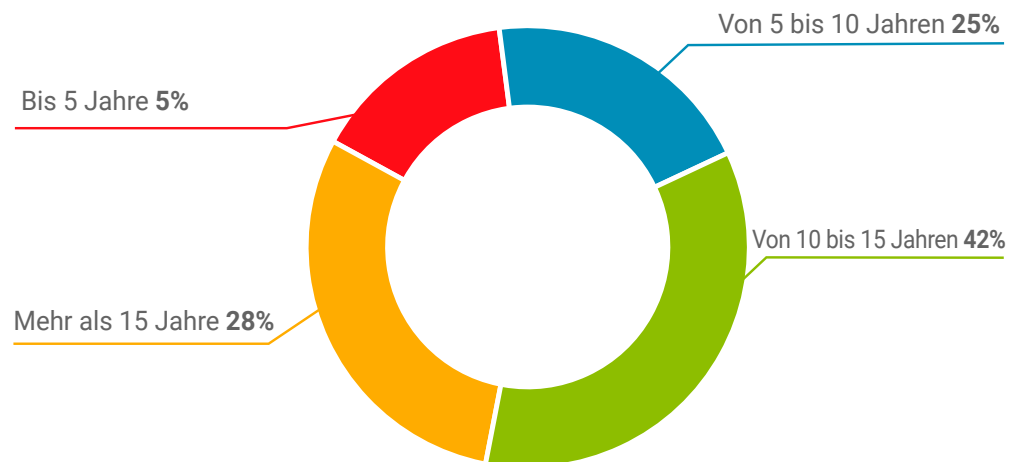
“

Wenn Sie Erfahrung im Projektmanagement haben und nach einer interessanten Weiterentwicklung Ihrer Karriere suchen, während Sie weiterhin arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"

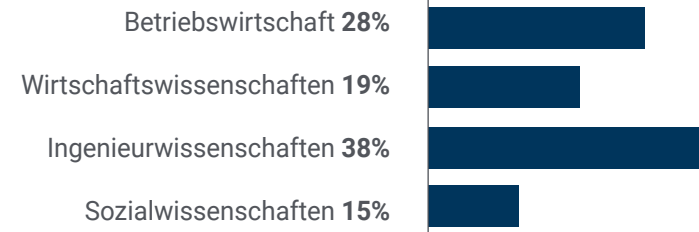
Durchschnittliches Alter

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

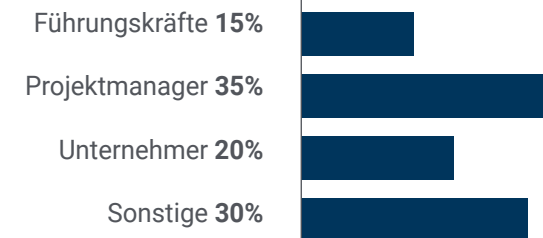
Jahre der Erfahrung



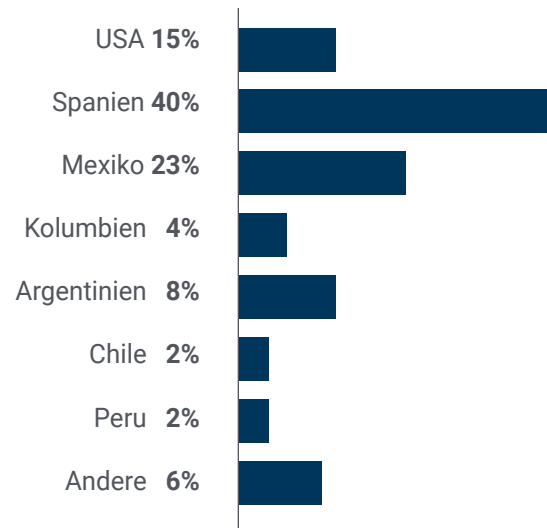
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Adriana Sánchez

Projektleiterin

"Dank dieses Executive Masters konnte ich mein Wissen in einem für meine berufliche Entwicklung grundlegenden Bereich erweitern. Zweifelsohne war es eine einzigartige Gelegenheit, meine tägliche Praxis zu verbessern und die notwendigen Kenntnisse zu erwerben, um neue Techniken in meiner Arbeit anzuwenden"

09

Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehören führende Experten für alle Aspekte des Projektmanagements und des MBA in Industriemanagement, die ihre langjährige Erfahrung in das Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Spezialisten aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung des Studiengangs beteiligt, die den Studiengang auf interdisziplinäre Weise vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und äußerst bereichernden Erfahrung auf akademischem Niveau für die Studenten machen.



“

Lernen Sie von führenden Experten die neuesten Trends im MBA in Industriemanagement und werden Sie ein Experte auf dem Gebiet"

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

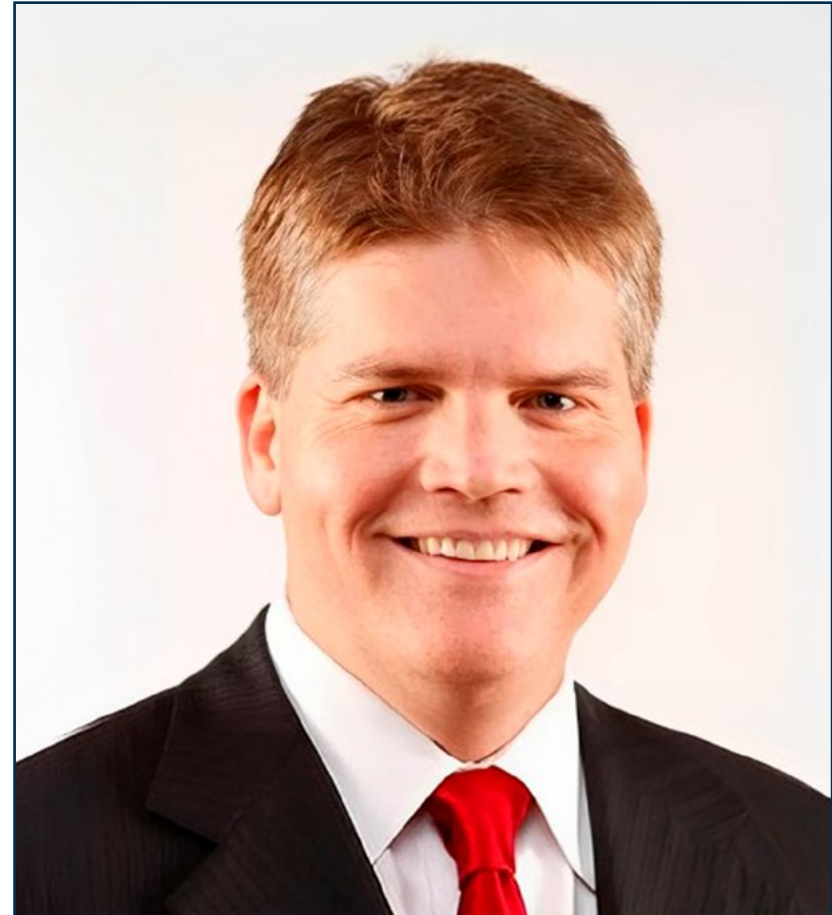
Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



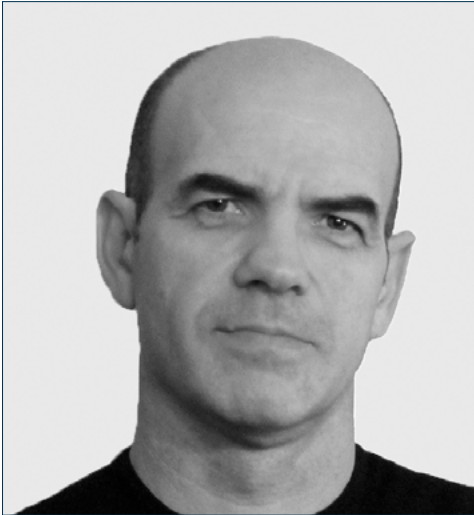
Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Dr. Asensi, Francisco Andrés

- Promotion in Wirtschaftsingenieurwesen in Unternehmensorganisation an der Universität von Castilla La Mancha (UCLM)
- Wirtschaftsingenieur in Industrieorganisation von der Polytechnischen Universität von Valencia
- War in verschiedenen Bereichen wie Technik, Qualität, Produktion, Logistik, Informationssysteme und Personalwesen in Unternehmen aus verschiedenen Industriezweigen tätig
- Er hat eine Vielzahl von Managementsystemen für Spitzenleistungen (Qualität, Scorecard, Lean Manufacturing, kontinuierliche Verbesserung und Prozessverbesserung) in mehreren Industrieunternehmen eingeführt und entwickelt.
- Coach für strategisches Coaching
- Autor mehrerer Geschäftsbücher: „Das anpassungsfähige Unternehmen“, „Lean Manufacturing: Schlüsselindikatoren für ein effizientes Management der kontinuierlichen Verbesserung“, „Lean Manufacturing: Schlüssel zur Verbesserung des Materialflusses“
- Autor mehrerer Bücher über persönliche und berufliche Entwicklung: „Total Leader“, „Autocoaching“

Professoren

Fr. Mollá Latorre, Korinna

- Leiterin internationaler Projekte bei AITEX, wo sie umfangreiche Erfahrungen im Management großer Projekte und Teams im Zusammenhang mit textilen Materialien und Technologien sowie im Management von Betrieb, Logistik und Lieferkette in Industrien des Sektors gesammelt hat
- Wirtschaftsingenieurin mit Spezialisierung auf industrielle Organisation an der Polytechnischen Universität von Valencia
- Zertifiziert von der *American Production and Inventory Control Society* (USA) in Produktions- und Bestandsmanagement und in integriertem Ressourcenmanagement
- Leiterin der Bereiche Betrieb und Logistik bei Colortex, S.A. von 1993 bis 2008, wo sie ein Lean-Manufacturing-System in den Betriebsabläufen des Unternehmens einführte
- Projekttechnikerin bei AIJU, Technologisches Institut für Spielzeugtechnologie (1992-1993)

Hr. Ibáñez Capella, Juan

- Leiter der Abteilung Anlagen und Projekte bei *Power Electronics* in Valencia, wo er für die Ausführung des Projekts für den neuen Hauptsitz des Unternehmens mit 50.000m² Nutzfläche und 10.000m² Bürofläche verantwortlich war
- Wirtschaftsingenieur an der Polytechnischen Universität von Valencia
- MBA in Industriemanagement. IESE Business School. Universität von Navarra
- *Project Manager Professional PMP® #2914541*
- Er war bei Ferrovial für Anlagenprojekte verantwortlich
- Er war an der Durchführung wichtiger Projekte beteiligt, wie z. B.: SOLMED Werk für verzinkten Stahl in Sagunto (Valencia), Beteiligung an den Arbeiten für den AVE-Hochgeschwindigkeitsbahnhof in Zaragoza und an den Arbeiten für den 32. America's Cup in Valencia

Hr. Ponce Lucas, Miguel Enrique

- Verantwortlich für verschiedene technische Abteilungen (Produktentwicklung, Vorentwicklung, Projektmanagement, Innovation, Qualitätsmanagement)
- Hochschulabschluss in Wirtschaftsingenieurwesen (Mechanik) an der Polytechnischen Universität von Valencia
- Entwicklung des Qualitätsmanagementsystems gemäß ISO TS 16949 und IATF 16949
- Beteiligung an Patenten für neue Produkte
- Entwicklung des Änderungsmanagement-Systems
- Verantwortlich für das globale Wissensmanagementsystem
- Entwicklung des globalen Systems der technischen Spezialisierung

Hr. Navarro Jarque, Francisco

- Personalfachmann mit mehr als 20 Jahren Erfahrung, mit akademischer Spezialisierung in Psychologie und einem generalistischen Profil mit klarem Schwerpunkt auf internem Kundenservice und Wertschöpfung aus allen Bereichen des Bereichs
- Mehr als 10 Jahre Erfahrung bei ISTOBAL in den Bereichen Kollektiv- und Einzelverhandlungen, Rekrutierung und Bindung von Talenten, Entwicklung von Vergütungs-, Entschädigungs- und Sozialleistungsstrategien sowie Prävention von Risiken am Arbeitsplatz, einschließlich Plänen zur Prävention psychosozialer Risiken
- Im Laufe seiner Karriere hat er die notwendigen Fähigkeiten entwickelt, um HR-Maßnahmen an wechselnde Situationen und komplexe Umgebungen anzupassen

Hr. Giner Sanchis, David

- ♦ Portfolio- und Programm-Manager in einem Project Management Office (PMO). Mit der Überwachung der Einhaltung der BSC-Indikatoren und der für die Ausrichtung auf die Unternehmensstrategie festgelegten Maßnahmen
- ♦ Chemieingenieur mit einem Masterstudiengang in Projektmanagement von der Polytechnischen Universität von Valencia und einem Masterstudiengang in Projektmanagement von der Europäischen Universität von Valencia
- ♦ Mehr als 6 Jahre als Projektmanager im Industriesektor, Überwachung und Kommunikation des Fortschritts gegenüber dem Projekt-/Einsatzplan, dem Zeitplan und den wichtigsten Meilensteinen
- ♦ Besitzt die Zertifizierungen *Project Management Professional (PMP)*, *Project Management Office Certified Practitioner (PMO-CP)*, *Agile Scrum Foundation und Design Thinking Professional Certificate (DTPC)* Mitglied des Vorstands des PMI Valencia Chapter

Hr. Del Olmo, Daniel

- ♦ Gründer von Enira *Engineering* S.L. im Jahr 2018, mit zwei Produkten, die von offiziellen Stellen als innovativ im Bereich Industrie 4.0 anerkannt wurden (*FactoryBI und Smart Extrusion*)
- ♦ Spezialisierung in Höherem Wirtschaftsingenieurwesen, Fachrichtung Elektronik und Automatisierung
- ♦ Beruflich hat er vor allem in multinationalen Unternehmen in der industriellen Automatisierung und im Automobilsektor als Plant Engineering Manager gearbeitet
- ♦ Erfahrung mit dem Toyota *Production System (TPS)* während einer 4-jährigen Tätigkeit bei NHK *Springs Co LTD.* Japan, in Japan erhaltene Spezialisierung
- ♦ Dozentin für den Masterstudiengang MBA in Operations an der Europäischen Universität von Valencia (2018)

Fr. Aleixandre Andreu, María José

- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Valencia
- ♦ II Kurs für Filialleiter, interne Spezialisierung Caja de Ahorros del Mediterráneo praktische und theoretische Spezialisierung
- ♦ Tutorin an der Polytechnischen Universität von Valencia. 1998 bis 2005
- ♦ Praktikumsbetreuerin an der Universität von Valencia von 1998 bis 2007
- ♦ 2-Jahres-Kurs für Filialleiter von Fundesem
- ♦ EFA-Zertifizierung der EPFA
- ♦ LCCI-Zertifizierung durch die Universität Carlos III
- ♦ Technik und Fähigkeiten für Ausbilder. Autonome Universität von Barcelona, Oktober 2019
- ♦ Direktorin des Commercial Banking der Caja del Mediterráneo und des Banco Sabadell

Hr. Lucero Palau, Tomás

- ♦ Direktor für Betrieb, Qualität, Technik und Wartung in mehreren Industrie- und Automobilunternehmen
- ♦ Wirtschaftsingenieur an der Polytechnischen Universität von Valencia
- ♦ MBA von der ESTEMA Business School
- ♦ Experte für Lean Management, in mehreren Unternehmen als Berater tätig
- ♦ Referent beim EDEM-Kurs ABC der Operationen und Logistik



Hr. Morado Vázquez, Eduardo

- Höherer Wirtschaftsingenieur für Produktdesign an der UPV (2000)
- Qualitätssicherung bei der *Ford Motor Company*, (2000-2004)
- MBA und (2011) Masterstudiengang in beruflicher Risikoprävention (2005)
- Durchführung und Leitung von technischen Projekten in Produktionsanlagen in der Automobil- und Chemiebranche für führende multinationale Unternehmen (Spanien, Großbritannien, Deutschland, Mexiko), (2004-2021)
- Umfangreiche Erfahrung als *Key User* und Ausbilder bei der Implementierung von Qualitäts-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystemen (ISO, OSHAS, GMP), ERPs (SAP, Ross) und Qualitätsmanagement-Tools (6-Sigma, FMEA, 8D, QCP) sowie als Projektmanager für Technik und Wartung, kontinuierliche und Prozessverbesserung (TPM, R&M, APQP, LRR, PSM, SMED, Poka-Yoke etc.)
- Mitarbeit als Studentenmentor an der UPV und in verschiedenen Initiativen von gemeinnützigen Organisationen und Stiftungen zur Förderung von STEM bei jungen Menschen zwischen 6 und 18 Jahren (2000-2018)

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.

Und dafür bieten wir Ihnen mit diesem Executive Master eine einzigartige Gelegenheit, dank der Sie Ihre Fortbildung erweitern und damit Ihre tägliche Praxis und Ihre Aufstiegschancen verbessern können.



“

Eine positive Veränderung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu bewirken, das ist unsere Herausforderung. Wir setzen alles daran, Ihnen dabei zu helfen"

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, sich bei uns zu spezialisieren. Sie werden die wichtigsten Informationen zu diesem Thema finden, die es Ihnen ermöglichen werden, Ihrem Beruf neuen Schwung zu verleihen.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der MBA in Industriemanagement von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die geschäftlichen Herausforderungen und Entscheidungen im Bereich des MBA in Industriemanagement vorbereiten wird. Das Hauptziel ist es, ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

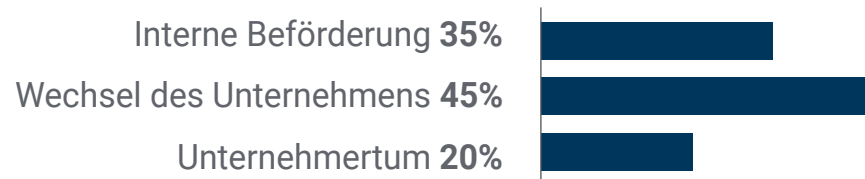
Wenn ein Student sich selbst verbessern, eine positive Veränderung auf professioneller Ebene herbeiführen und mit den Besten interagieren möchte, ist dies der richtige Ort für ihn.

Verändern Sie Ihre Karriere zum Positiven, dank der Möglichkeiten, die TECH Ihnen mit diesem Programm bietet.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

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



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Industriemanagement trägt dazu bei, dass die Talente des Unternehmens ihr volles Potenzial entfalten können, indem er hochrangige Führungskräfte spezialisiert. Die Teilnahme an dieser Spezialisierung ist also eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, um zukünftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

*Dieses Programm wird Ihnen den Schlüssel
zu einer neuen Geschäftsvision für Ihr
Unternehmen liefern"*

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.

12

Qualifizierung

Der MBA in Industriemanagement 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 Industriemanagement** 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: **Executive Master MBA in Industriemanagement**

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 Industriemanagement

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

Executive Master MBA in Industriemanagement