

# Executive Master

MBA in IT-Management  
(CTO, Chief Technical Officer)

M B A I M C T O



## Executive Master MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)

- » Modalität: **online**
- » Dauer: **12 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**
- » Gerichtet an: **Hochschulabsolventen und Fachleute mit Erfahrung in technologischen Bereichen**

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-it-management-cto-chief-technical-officer](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-it-management-cto-chief-technical-officer)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Kompetenzen

---

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

---

Seite 24

07

Methodik

---

Seite 38

08

Profil unserer Studenten

---

Seite 46

09

Kursleitung

---

Seite 50

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 68

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 72

12

Qualifizierung

---

Seite 76

# 01

# Willkommen

Es ist unmöglich, die heutige Geschäftswelt ohne das, was bereits als vierte industrielle Revolution oder „Industrie 4.0“ bezeichnet wird, zu verstehen. Die hohe Komplexität von Prozessen wie dem *Machine Learning* oder die wachsende Besorgnis über Schwachstellen in der Cybersicherheit machen die Figur des CTO, Chief Technical Officer, in den wichtigsten Organisationen unverzichtbar. Dieser Senior Manager muss sowohl in der Technologieführung als auch im IT-Projektmanagement auf allen Ebenen bewandert sein. Aus diesem Grund kombiniert dieses Programm das effektivste Team- und Talentmanagement mit der ehrgeizigsten und aktuellsten digitalen *Governance*. Der Manager erhält Zugang zu spezifischen Materialien zu *Data Hacking*, *Community Management*, *Business Process Management* und anderen wesentlichen Elementen der Führung im 21. Jahrhundert. All dies mit dem Vorteil einer 100%igen Online-Methode, die keine persönlichen oder beruflichen Opfer erfordert, da der Präsenzunterricht und die festen Stundenpläne auf der Suche nach der von Managern mit größerer Verantwortung benötigten Flexibilität abgeschafft wurden.



MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)  
TECH Technologische Universität



“

*Der CTO oder Chief Technical Officer ist eine wichtige Figur, wenn es darum geht, an der geschäftlichen Avantgarde zu bleiben. Dieses Programm wird Ihnen den Schlüssel dazu geben, sich zu einem wichtigen strategischen Pfeiler zu entwickeln“*

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

Das Hauptziel dieses Programms ist es, Managern die Werkzeuge, das Wissen und die Strategien an die Hand zu geben, die für die Leitung erfolgreicher Technologieprojekte erforderlich sind. Dank des umfangreichen und detaillierten technischen Materials sind Sie nach Abschluss dieses Studiums in der Lage, die Position eines CTO (Chief Technical Officer) in Institutionen mit größerem Prestige und wirtschaftlicher Macht zu übernehmen.



“

*Der Student wird als hochmoderner Manager positioniert, der sich mit den modernsten Modellen des Menschen-, Daten- und Technologiemanagements auseinandersetzt"*

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

Der **MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Beurteilen des Status, der Positionierung und des Reifegrads von Informationstechnologien im Geschäftsumfeld

03

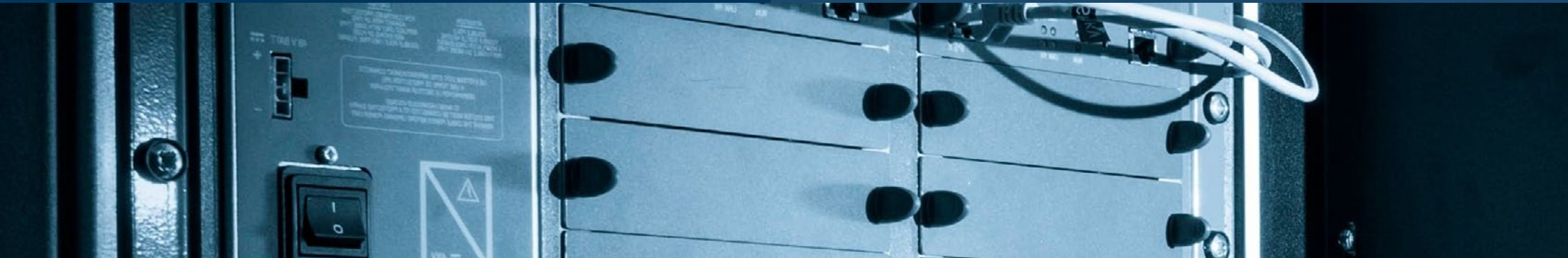
Einführen strategischer IT-Managementmodelle, die mit der Unternehmensstrategie und -verwaltung integriert und harmonisiert sind

02

Entwickeln von Managementfähigkeiten und -kenntnissen, die für die technologische Führung in der Organisation erforderlich sind

04

Implementieren von Methoden zur Systematisierung der Prozesse der technologischen Innovation, verbunden mit den Bedürfnissen des Unternehmens





05

Entwickeln von Managementaktivitäten im Zusammenhang mit Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und FuEul-Umgebungen

07

Analysieren des sozialen und wirtschaftlichen Umfelds von IKT-Management und Innovation



06

Teilnehmen an Projekten in den Bereichen IKT-Management, Innovations- und Forschungsentwicklung

08

Entwickeln von Methoden für das IT-Projektmanagement mit Kontrolle der Prozess- und Produktqualität

09

Durchführen eines korrekten Teammanagements, das zu einer höheren Leistung der Mitarbeiter und damit zu höheren Gewinnen für das Unternehmen führt

10

In der Lage sein, Talente in der Organisation zu erkennen

11

Kennen, Entwickeln und Bewerten aller IT-Projektplanungsprozesse





12

Engagement für FuEul als wesentliches Element für die Entwicklung neuer Projekte

13

Verstehen der Bedeutung der sozialen Medien als wichtiges Instrument für Marketing- und Werbekampagnen von Unternehmen

# 05

# Kompetenzen

Um die vom modernen CTO, Chief Technical Officer geforderten Kompetenzen zu entwickeln, bietet diese Fortbildung eine eingehende Beschäftigung mit allen Qualitäten, die diese hochrangige Führungspersönlichkeit besitzen muss. So deckt der gesamte Lehrplan nicht nur die grundlegende strategische und technologische Theorie ab, sondern auch die praktischen Fälle und Beispiele, mit denen diese entwickelt und in realen Situationen kontextualisiert werden können. Die Absolventen werden die Fähigkeiten beherrschen, die sie benötigen, um ihre Karriere in den anspruchsvollsten technologischen Bereichen zu entfalten.





“

*Erwerben Sie die notwendigen und ergänzenden Kompetenzen, um eine beispielhafte Führungspersönlichkeit im technologischen Bereich zu sein"*

01

Verwenden neuer digitaler Trends im Rahmen der Entwicklung neuer Produkte

04

Durchführen einer korrekten strategischen Planung, um die Ziele des Unternehmens zu erreichen

02

Führen eines Unternehmens, das sich auf IT-Projekte spezialisiert hat, mit Schwerpunkt auf Team- und Projektmanagement

03

Implementieren der am besten geeigneten Informationssysteme und Technologien im Unternehmen

05

Anwenden der Grundprinzipien des *Lean Management*



06

Kennen der Bedeutung von Audits und Zertifizierungen in FuEul

08

Nutzen der soziale Medien für die Unternehmensentwicklung



09

Umfassendes Kennen von *Big Data*

07

Suchen und Entwickeln einer optimalen Benutzererfahrung durch Informationstechnologie

10

Umsetzen einer geeigneten Strategie für die richtige Entwicklung eines digitalen Unternehmens

06

# Struktur und Inhalt

Um die höchste Qualität der Inhalte zu gewährleisten, hat TECH ein auf dieses Thema spezialisiertes Lehrteam zusammengestellt, das besonderen Wert auf die Bereiche legt, die der CTO, Chief Technical Officer, beherrschen muss, um in seinem Arbeitsbereich erfolgreich zu sein. Aus diesem Grund sind die 15 Module, aus denen dieses Programm besteht, mit hochwertigem Multimedia-Material angereichert, darunter Videozusammenfassungen, detaillierte Analysen und ergänzende Lektüre zur Vertiefung der einzelnen Themen.





“

*Der gesamte Lehrplan ist auf die anspruchsvollsten  
Geschäftsszenarien zugeschnitten und gibt Ihnen  
die Gewissheit, dass Sie die Fähigkeiten eines Chief  
Technical Officers auf höchstem Niveau erwerben“*

## Lehrplan

Der MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer) der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Entscheidungen der Wirtschaft auf nationaler und internationaler Ebene vorbereitet. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während des 2.700 Stunden umfassenden Studiums werden eine Vielzahl praktischer Fälle in Einzelarbeit analysiert, so dass ein tiefes und nützliches Lernen erreicht wird, um sich beruflich weiterzuentwickeln. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieses Programm befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Unternehmens und ist darauf ausgerichtet, Manager zu spezialisieren, die die technologische Entwicklung im Unternehmen aus einer strategischen, internationalen und innovativen

Perspektive verstehen.

Ein Plan, der sich an Studenten richtet, die sich beruflich weiterentwickeln wollen, und der sie darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich der Unternehmensführung und -verwaltung zu erbringen. Ein Programm, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, und unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Lehrkörper, der Ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über 12 Monate und ist in zwei Hauptblöcke unterteilt:

<b>Modul 1</b>	Talentmanagement und Managementfähigkeiten
<b>Modul 2</b>	Technologisches Management
<b>Modul 3</b>	Strategische Planung und IT-Projektmanagement
<b>Modul 4</b>	Innovationsmanagement
<b>Modul 5</b>	Informationssicherheitssysteme
<b>Modul 6</b>	Neue digitale Trends
<b>Modul 7</b>	Digitale Geschäftsstrategie
<b>Modul 8</b>	<i>Social Media und Community Management</i>
<b>Modul 9</b>	<i>Data Science and Big Data</i>
<b>Modul 10</b>	Web-Design, Benutzerfreundlichkeit und Benutzererfahrung
<b>Modul 11</b>	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
<b>Modul 12</b>	Personal- und Talentmanagement
<b>Modul 13</b>	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
<b>Modul 14</b>	Kaufmännisches Management und strategisches Marketing
<b>Modul 15</b>	Geschäftsleitung



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

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

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

## Modul 1. Talentmanagement und Managementfähigkeiten

### 1.1. Entwicklung von Managementkompetenzen

- 1.1.1. Führungsqualitäten
- 1.1.2. Emotionale Intelligenz
- 1.1.3. Organisation: Bereiche, Prozesse und Projekte

### 1.2. Talentmanagement als Wettbewerbsvorteil

- 1.2.1. Schlüssel zum positiven Management
- 1.2.2. Talentübersicht in der Organisation
- 1.2.3. Kosten und Wertschöpfung

### 1.3. Teammanagement

- 1.3.1. Entwicklung von Hochleistungsteams
- 1.3.2. Die Rollen von Menschen in Gruppen
- 1.3.3. Persönliche Faktoren und Motivation für erfolgreiche Arbeit
- 1.3.4. Ein hochleistungsfähiges Team integrieren

### 1.4. Systeme und organisatorischer Wandel

- 1.4.1. Der Prozess der Transformation
- 1.4.2. Antizipation und Aktion
- 1.4.3. Organisatorisches Lernen
- 1.4.4. Widerstand gegen Veränderungen

### 1.5. Management und Motivation

- 1.5.1. Die Natur der Motivation
- 1.5.2. Erwartungstheorie
- 1.5.3. Theorien der Bedürfnisse
- 1.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

### 1.6. Innovation im Talent- und Personalmanagement

- 1.6.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 1.6.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
- 1.6.3. Loyalität und Bindung
- 1.6.4. Proaktivität und Innovation

## Modul 2. Technologisches Management

### 2.1. Informationssysteme und -technologien in der Wirtschaft

- 2.1.1. Entwicklung des IT-Modells
- 2.1.2. Organisation und IT-Abteilung
- 2.1.3. Informationstechnologien und wirtschaftliches Umfeld

### 2.2. IT-Positionierung des Unternehmens

- 2.2.1. Wahrnehmung des Mehrwerts für das Unternehmen
- 2.2.2. Reifegrad der Strategie
- 2.2.3. IT-Governance und Unternehmensführung

### 2.3. Entwicklung von Managementkapazitäten

- 2.3.1. Managementfunktion und Managementrollen
- 2.3.2. Rolle des CIO im Unternehmen
- 2.3.3. Vision und Auftrag des IT-Direktors
- 2.3.4. E-Leadership und ganzheitliches Management der Innovation

### 2.4. Beziehungs- und politische Fähigkeiten

- 2.4.1. Lenkungsausschüsse
- 2.4.2. Einfluss
- 2.4.3. *Stakeholders*
- 2.4.4. Management von Konflikten

### 2.5. Unternehmensstrategie und technologische Strategie

- 2.5.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
- 2.5.2. Strategische IS/IT-Entscheidungen
- 2.5.3. Unternehmensstrategie vs. Technologische und digitale Strategie

### 2.6. Informationssysteme für die Entscheidungsfindung

- 2.6.1. *Business Intelligence*
- 2.6.2. *Data Warehouse*
- 2.6.3. *Balanced Scorecard*

**Modul 3. Strategische Planung und IT-Projektmanagement**
**3.1. Der strategische Planungsprozess**

- 3.1.1. Phasen des Plans
- 3.1.2. Konzeptioneller Überblick
- 3.1.3. Arbeitsorganisation

**3.2. Verständnis der Unternehmensstrategie**

- 3.2.1. Informationsbedarf
- 3.2.2. Prozesskarte
- 3.2.3. Geschäftliche Bestrebungen oder Prioritäten

**3.3. Analyse der aktuellen IS/IT**

- 3.3.1. Analyse der Höhe der Ressourcen und Ausgaben/ Investitionen
- 3.3.2. Analyse der wahrgenommenen Qualität
- 3.3.3. Analyse von Anwendungen und Infrastrukturen
- 3.3.4. Analyse des Umfelds und der Wettbewerber

**3.4. Formulierung der Strategie**

- 3.4.1. Strategische Bestrebungen und Leitlinien des Plans
- 3.4.2. Das angestrebte IS/IT-Modell
- 3.4.3. Strategische Initiativen
- 3.4.4. Konsequenzen des Plans

**3.5. Implementierungsplan**

- 3.5.1. Ansatz der Implementierung
- 3.5.2. Projektplan

**3.6. Projekte für Informationssysteme**

- 3.6.1. IT-Projektplanung
- 3.6.2. Überwachung und Abschluss eines Projekts
- 3.6.3. Strategien für das Projektmanagement

**3.7. Verwaltung der technologischen Ressourcen**

- 3.7.1. Technologisches Angebot
- 3.7.2. Zeit- und Kostenmanagement
- 3.7.3. Agiles Projektmanagement und Produktivität

**3.8. Lean IT**

- 3.8.1. *Lean IT and Lean Thinking*
- 3.8.2. Grundprinzipien des *Lean Management*
- 3.8.3. Verbesserungsgruppen und Problemlösung
- 3.8.4. Neue Formen der Instandhaltung und des Qualitätsmanagements

**Modul 4. Innovationsmanagement**
**4.1. Kreatives Denken: Innovation**

- 4.1.1. Innovation im Technologieunternehmen
- 4.1.2. Techniken zur Förderung der Kreativität
- 4.1.3. Prozess der Konzeption von innovativen Ideen

**4.2. Verfahrenstechnik und Produktentwicklung**

- 4.2.1. Innovationsstrategien
- 4.2.2. Offene Innovation
- 4.2.3. Organisationen und innovative Kulturen
- 4.2.4. Funktionsübergreifende Teams

**4.3. Markteinführung und Industrialisierung von neuen Produkten**

- 4.3.1. Entwurf neuer Produkte
- 4.3.2. *Lean Design*
- 4.3.3. Industrialisierung von neuen Produkten
- 4.3.4. Fertigung und Montage

**4.4. FuEul-Managementsysteme**

- 4.4.1. Anforderungen an ein FuEul-Managementsystem
- 4.4.2. Aktionslinie, Aktivität, Prozess und Verfahren
- 4.4.3. Empfohlener Rahmen für FuEul-Management

**4.5. Audit und Zertifizierung von FuEul**

- 4.5.1. Grundlegende Prinzipien von FuEul-Audits
- 4.5.2. Phasen eines FuEul-Audits
- 4.5.3. Zertifizierungen im Bereich FuEul
- 4.5.4. Zertifizierung von FuEul-Managementsystemen

**4.6. Instrumente für FuEul-Management**

- 4.6.1. Ursache-Wirkungs-Diagramm für FuEul
- 4.6.2. Gewichtete Auswahl für FuEul
- 4.6.3. Pareto-Diagramm für FuEul
- 4.6.4. Prioritätenmatrix für FuEul

**4.7. Benchmarking angewandt auf FuEul**

- 4.7.1. Arten von *Benchmarking*
- 4.7.2. Der *Benchmarking*-Prozess in FuEul
- 4.7.3. Methodik des *Benchmarking*-Prozesses, angewandt auf FuEul
- 4.7.4. Vorteile des *Benchmarking*

**4.8. Reengineering für radikale Innovation der Geschäftsprozesse des Unternehmens**

- 4.8.1. Ursprünge und Entwicklung des *Process Reengineering*
- 4.8.2. Ziele des *Reengineerings*
- 4.8.3. Der richtige Ansatz für das *Reengineering*

**4.9. Leitung und Management von FuEul-Projekten**

- 4.9.1. Elemente, die ein FuEul-Projekt ausmachen
- 4.9.2. Die wichtigsten Phasen eines FuEul-Projekts
- 4.9.3. Prozesse für das Management von FuEul-Projekten

**4.10. Qualitätsmanagement in FuEul-Projekten**

- 4.10.1. Das Qualitätsmanagementsystem in FuEul-Projekten
- 4.10.2. Qualitätspläne in FuEul-Projekten
- 4.10.3. Inhalt eines Qualitätsplans für FuEul-Projekte

## Modul 5. Informationssicherheitssysteme

### 5.1. Einführung in die Informationssicherheit

- 5.1.1. Arten von Angriffen auf ein Computersystem
- 5.1.2. Maßnahmen zur Gewährleistung der Sicherheit des Computersystems
- 5.1.3. Risikoplan, Sicherheitsplan und Notfallplan

### 5.2. Sicherheit in Computernetzwerken

- 5.2.1. Bedrohungen im Netz
- 5.2.2. Computerviren
- 5.2.3. *Social Engineering*
- 5.2.4. *Hacker*

### 5.3. Ethisches *Hacking*

- 5.3.2. Überprüfung auf Schwachstellen
- 5.3.3. Nützliche Tools

### 5.4. Entwurf und Verwaltung von sicheren Netzwerken und Risikomanagement

- 5.4.1. Server-Betriebssysteme
- 5.4.2. Netzwerk-Konfiguration
- 5.4.3. IT-Governance, Risikomanagement und Einhaltung von Vorschriften

### 5.5. Implementierung eines ISMS gemäß ISO 27000-Normen

- 5.5.1. Informationssicherheits-Managementsysteme und Vorteile
- 5.5.2. Standards für das Management der Informationssicherheit
- 5.5.3. Etappen der ISMS-Einführung

### 5.6. Gewerbliches und geistiges Eigentum im Bereich der Technologie

- 5.6.1. Gewerbliches Eigentum
- 5.6.2. Markenzeichen und Domainnamen
- 5.6.3. Geistiges Eigentum

### 5.7. Rekrutierung und der IKT-Sektor

- 5.7.2. Die wichtigsten Vertragszahlen für den IT-Sektor

## Modul 6. Neue digitale Trends

### 6.1. Internet der Dinge

- 6.1.1. Visionen und Herausforderungen
- 6.1.2. Schlüsseltechnologien
- 6.1.3. Pionierprojekte

### 6.2. *Gamification*

- 6.2.1. *Gamification*-Techniken für Unternehmen
- 6.2.2. *Gamification Design Framework*
- 6.2.3. Funktionsmechanismen und Motivation
- 6.2.4. Nutzen und Rentabilität der Investition

### 6.3. *Big Data*

- 6.3.1. Sektorspezifische Anwendung
- 6.3.2. Geschäftsmodelle
- 6.3.3. Neue Berufe

### 6.4. Künstliche Intelligenz

- 6.4.1. Methodische Aspekte der künstlichen Intelligenz
- 6.4.2. Heuristische Suche
- 6.4.3. Methoden der Regelinferenz
- 6.4.4. Semantische Netzwerke

### 6.5. Robotik

- 6.5.1. Morphologie der Roboter
- 6.5.2. Mathematische Werkzeuge für die räumliche Lokalisierung
- 6.5.3. Kinematische Steuerung
- 6.5.4. Kriterien für den Einsatz eines Industrieroboters

### 6.6. Modellierung und Simulation

- 6.6.1. Modellierung mit DEVS
- 6.6.2. Modellierung von Zufallseingaben
- 6.6.3. Erzeugung zufälliger Eingaben
- 6.6.4. Versuchsplanung und Optimierung

### 6.7. Implementierung von Kryptographie in Technologieprojekten

- 6.7.1. Elektronische Unterschrift
- 6.7.2. Digitales Zertifikat
- 6.7.3. Verschlüsselung der Daten
- 6.7.4. Praktische Anwendungen der Kryptographie

### 6.8. Andere Trends

- 6.8.1. 3D-Drucker
- 6.8.2. Drohnen
- 6.8.3. Maschinelles Sehen
- 6.8.4. *Augmented Reality*

**Modul 7. Digitale Geschäftsstrategie**
**7.1. Digitale Strategie**

- 7.1.1. Internetbasierte Geschäftsmodelle
- 7.1.2. Technologische Strategie und ihre Auswirkungen auf die digitale Innovation
- 7.1.3. Strategische Planung von Informationstechnologien
- 7.1.4. Strategie und Internet

**7.2. Sourcing-Strategie**

- 7.2.1. Instrumente für die Entwicklung einer *Sourcing*-Strategie
- 7.2.2. *Cloud Computing*
- 7.2.3. *IT Sourcing Management*

**7.3. IT Governance**

- 7.3.1. Analyse der aktuellen Trends und *Best Practices* in der IT-Funktion
- 7.3.2. Wichtige Herausforderungen und Entscheidungen im Management
- 7.3.3. Verfahren, Anforderungen, Strategien und Modelle für das *Outsourcing*

**7.4. Geschäft in Sozialen Netzwerken**

- 7.4.1. Strategische Vision des Web 2.0 und seine Herausforderungen
- 7.4.2. Konvergenzmöglichkeiten und IKT-Trends
- 7.4.3. Wie man Web 2.0 und soziale Netzwerke profitabel macht
- 7.4.4. Mobilität und digitale Wirtschaft

**7.5. Management von Geschäftsprozessen**

- 7.5.1. Management des Unternehmens nach Prozessen
- 7.5.2. Prozess-*Reengineering*
- 7.5.3. Informationssysteme der Unternehmen

**7.6. Kollaborative Geschäftssysteme auf der Grundlage des Internets**

- 7.6.1. Systeme zur Kundenverwaltung: CRM
- 7.6.2. Systeme für das Management der Lieferkette
- 7.6.3. Systeme für den elektronischen Geschäftsverkehr

**7.7. Systeme für Wissensmanagement und Zusammenarbeit im Unternehmen**

- 7.7.1. Verwaltung von Inhalten
- 7.7.2. Kollaboratives Arbeiten und Mitarbeiterportale
- 7.7.3. Richtlinien und Prozesse für das Wissensmanagement

**7.8. Effiziente Organisation der Systemeinheit**

- 7.8.1. *IT Governance*
- 7.8.2. Risiken der Implementierung
- 7.8.3. Operative Risiken

**7.9. B2C-Internationalisierung**

- 7.9.1. Werkzeuge zur Identifizierung und Kontaktaufnahme
- 7.9.2. Digitale Strategien für die B2B-Internationalisierung
- 7.9.3. *Brand Management* für B2B-Märkte

**7.10. B2C-Internationalisierung**

- 7.10.1. Werkzeuge für internationales *Benchmarking*
- 7.10.2. Digitale Strategien für die B2C-Internationalisierung
- 7.10.3. B2C-Überwachung

**7.11. Internationale Logistik**

- 7.11.1. Modalitäten der internationalen Logistik
- 7.11.2. Logistik mit *Marketplaces*
- 7.11.3. *Dropshipping*-Logistik

**Modul 8. Social Media und Community Management**
**8.1. Web 2.0 oder soziales Web**

- 8.1.1. Die Organisation im Zeitalter der Konversation
- 8.1.2. Web 2.0 sind Menschen
- 8.1.3. Neue Umgebungen, neue Inhalte

**8.2. Kommunikation und digitaler Ruf**

- 8.2.1. Krisenmanagement und Online-Reputation von Unternehmen
- 8.2.2. Online-Reputationsbericht
- 8.2.3. Netiquette und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
- 8.2.4. *Branding* und *Networking 2.0*

**8.3. Allgemeine, professionelle und Mikroblogging-Plattformen**

- 8.3.1. Facebook
- 8.3.2. LinkedIn
- 8.3.3. Twitter

**8.4. Video-, Bild- und Mobilitätsplattformen**

- 8.4.1. Youtube
- 8.4.2. Instagram
- 8.4.3. Flickr
- 8.4.4. Vimeo
- 8.4.5. Pinterest

**8.5. Corporate Blogging**

- 8.5.1. Wie erstellt man einen Blog?
- 8.5.2. Wie erstellt man einen Inhaltsplan für seinen Blog?
- 8.5.3. Strategie zur Aufbereitung von Inhalten

**8.6. Strategien für Social Media**

- 8.6.1. Der Plan für Unternehmenskommunikation 2.0
- 8.6.2. Öffentlichkeitsarbeit und *Social Media* für Unternehmen
- 8.6.3. Analyse und Bewertung der Ergebnisse

**8.7. Community Management**

- 8.7.1. Rolle, Aufgaben und Zuständigkeiten des *Community-Managers*
- 8.7.2. *Social Media Manager*
- 8.7.3. *Social Media Strategist*

**8.8. Social Media Plan**

- 8.8.1. Entwurf eines Plans für Social Media
- 8.8.2. Festlegung der für jedes Medium zu verfolgenden Strategie
- 8.8.3. Notfallprotokoll für den Krisenfall

## Modul 9. Data Science and Big Data

### 9.1. Data Science & Big Data

- 9.1.1. Auswirkungen von *Big Data* und *Data Science* auf die Unternehmensstrategie
- 9.1.2. Einführung in die *Command Line*
- 9.1.3. Probleme und Lösungen der *Data Science*

### 9.2. Sprachen für Data Hacking

- 9.2.1. SQL-Datenbanken
- 9.2.2. Einführung in Python
- 9.2.3. Programmierung in R

### 9.3. Statistik

- 9.3.1. Einführung in die Statistik
- 9.3.2. Lineare Regression und Logistik
- 9.3.3. PCA und *Clustering*

### 9.4. Machine Learning

- 9.4.1. Modellauswahl und Regularisierung
- 9.4.2. Zufällige Bäume und Wälder
- 9.4.3. Verarbeitung natürlicher Sprache

### 9.5. Big Data

- 9.5.1. Hadoop
- 9.5.2. Spark
- 9.5.3. Kollaboratives Filtern und Empfehlungssysteme

### 9.6. Erfolgsgeschichten der Data Science

- 9.6.1. Kundensegmentierung mit Hilfe des RFM-Modells
- 9.6.2. Anwendung der Versuchsplanung
- 9.6.3. *Supply Chain Value: Forecasting*
- 9.6.4. *Business Intelligence*

### 9.7. Hybride Architekturen in Big Data

- 9.7.1. Lambda-Architektur
- 9.7.2. Kappa-Architektur
- 9.7.3. Apache Flink und praktische Implementierungen
- 9.7.4. *Amazon Web Services*

### 9.8. Big Data in der Cloud

- 9.8.1. *AWS: Kinesis*
- 9.8.2. *AWS: DynamoDB*
- 9.8.3. *Google Cloud Computing*
- 9.8.4. *Google BigQuery*

## Modul 10. Web-Design, Benutzerfreundlichkeit und Benutzererfahrung

### 10.1. UX-Design

- 10.1.1. Informationsarchitektur
- 10.1.2. SEO und Analytik für UX
- 10.1.3. *Landing Pages*

### 10.2. Fachbegriffe des UX-Designs

- 10.2.1. *Wireframe* und Komponenten
- 10.2.2. Interaktionsmuster und Navigationsfluss
- 10.2.3. Benutzerprofil
- 10.2.4. Prozess und Prozesstrichter

### 10.3. Forschung

- 10.3.1. Forschung im Bereich Schnittstellendesign
- 10.3.2. Qualitativer und quantitativer Ansatz
- 10.3.3. Kommunikation der Forschungsergebnisse

### 10.4. Digital Design

- 10.4.1. Digitaler Prototyp
- 10.4.2. *Axure und Responsive*
- 10.4.3. Interaktionsdesign und visuelle Gestaltung

### 10.5. User Experience

- 10.5.1. Benutzerzentrierte Entwurfsmethodik
- 10.5.2. Techniken der Nutzerforschung
- 10.5.3. Einbindung des Kunden in den Prozess
- 10.5.4. *Shopping Experience Management*

### 10.6. Design der Strategie zur Benutzererfahrung

- 10.6.1. Inhaltsbäume
- 10.6.2. *High Fidelity Wireframes*
- 10.6.3. Komponenten-Karten
- 10.6.4. Leitfäden zur Benutzerfreundlichkeit

### 10.7. Bewertung der Benutzbarkeit

- 10.7.1. Techniken zur Bewertung der Benutzerfreundlichkeit
- 10.7.2. Datenvisualisierung
- 10.7.3. Präsentation der Daten

### 10.8. Customer Value & Customer Experience Management

- 10.8.1. Einsatz von Erzählungen und *Storytelling*
- 10.8.2. Das Co-Marketing als Strategie
- 10.8.3. *Content-Marketing-Verwaltung*
- 10.8.4. Die Investitionsrendite von *Customer Experience Management*



**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. Cross Cultural Management**

- 11.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.2.3. Diversitätsmanagement

**11.3. Wirtschaftsethik**

- 11.3.1. Ethik und Moral
- 11.3.2. Wirtschaftsethik
- 11.3.3. Führung und Ethik in Unternehmen

**11.4. Nachhaltigkeit**

- 11.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.4.2. Agenda
- 11.4.3. Nachhaltige Unternehmen

**11.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens**

- 11.5.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.5.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.5.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

**11.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools**

- 11.6.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.6.4. CSR-Instrumente und -Standards

**11.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte**

- 11.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

**11.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance***

- 11.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.8.3. 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. Entwicklung von Hochleistungsteams**

- 12.4.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 12.4.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

**12.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement**

- 12.5.1. Verhandlung
- 12.5.2. Management von Konflikten
- 12.5.3. Krisenmanagement

**12.6. Kommunikation der Führungskräfte**

- 12.6.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 12.6.2. Abteilungen für Kommunikation
- 12.6.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

**12.7. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten**

- 12.7.1. Produktivität
- 12.7.2. 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. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen**

**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. Marketingkonzept
- 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. Personal Branding**

- 15.8.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.8.2. Regeln des Personal Branding
- 15.8.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke



“

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Erfahrung um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den entscheidenden Schritt zu machen"*

07

# Methodik

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

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





“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

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

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

“

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



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





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

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

## Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



### Studienmaterial

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

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



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



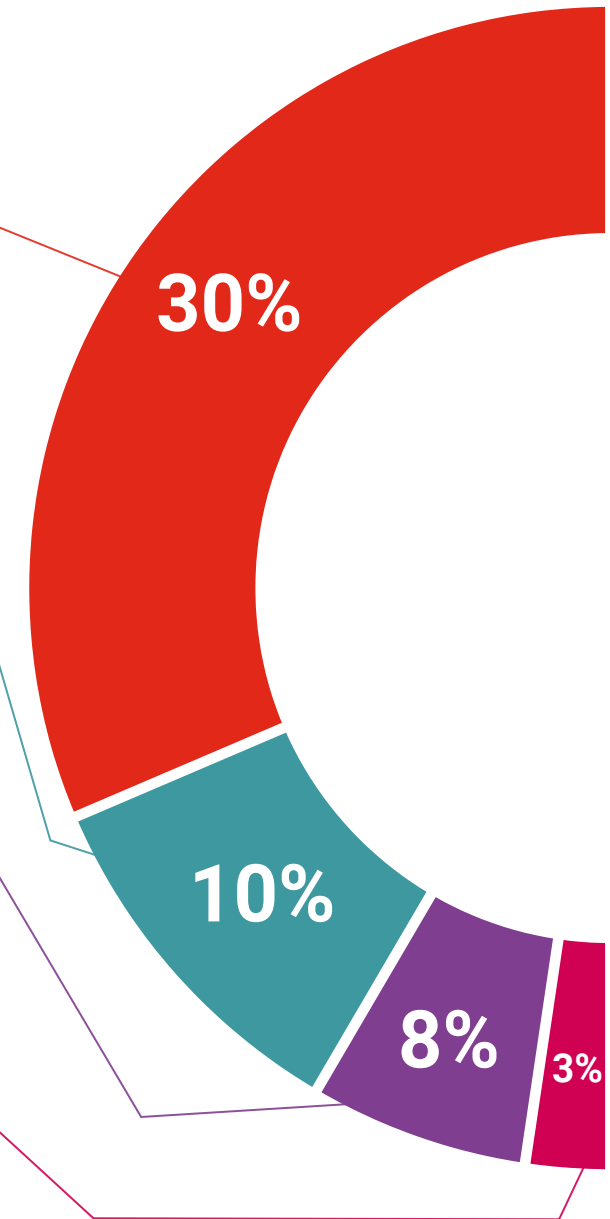
### Übungen zu Managementfähigkeiten

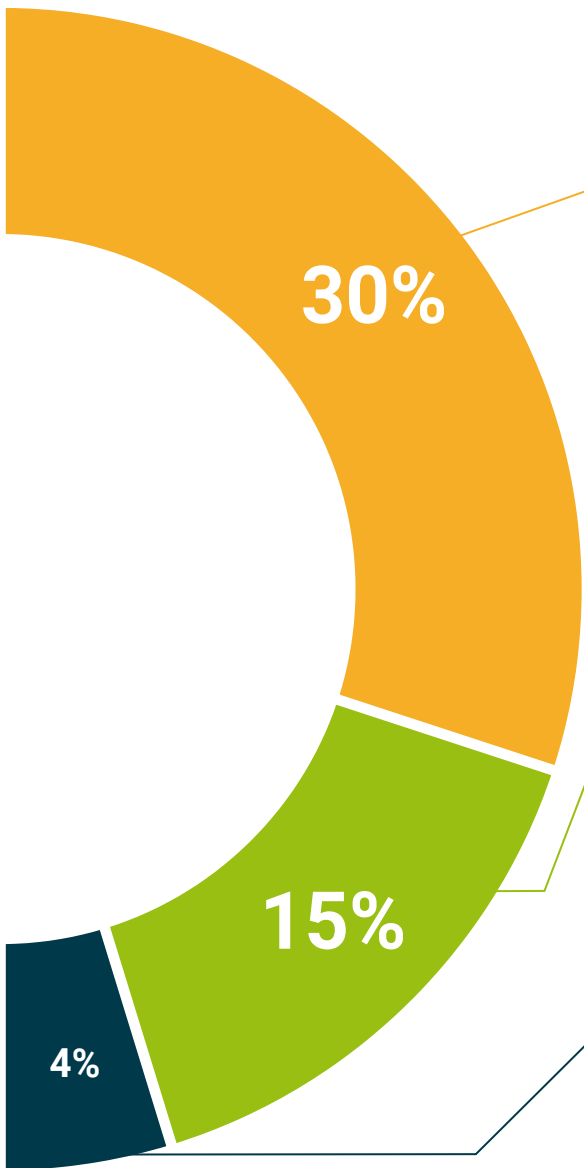
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



### Weitere Lektüren

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





### Case Studies

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



### Interaktive Zusammenfassungen

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

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



### Testing & Retesting

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



08

# Profil unserer Studenten

Der Executive Master MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer) ist ein Programm, das sich an Technologieexperten richtet, die ihr Wissen aktualisieren, neue Wege im Umgang mit Technologie entdecken und ihre Karriere vorantreiben möchten. Dank der fortschrittlichen Lehrmethodik von TECH werden sie Zugang zu didaktischen Inhalten haben, die speziell mit dem Ziel entwickelt wurden, sie zu angesehenen Chief Technical Officers zu machen.



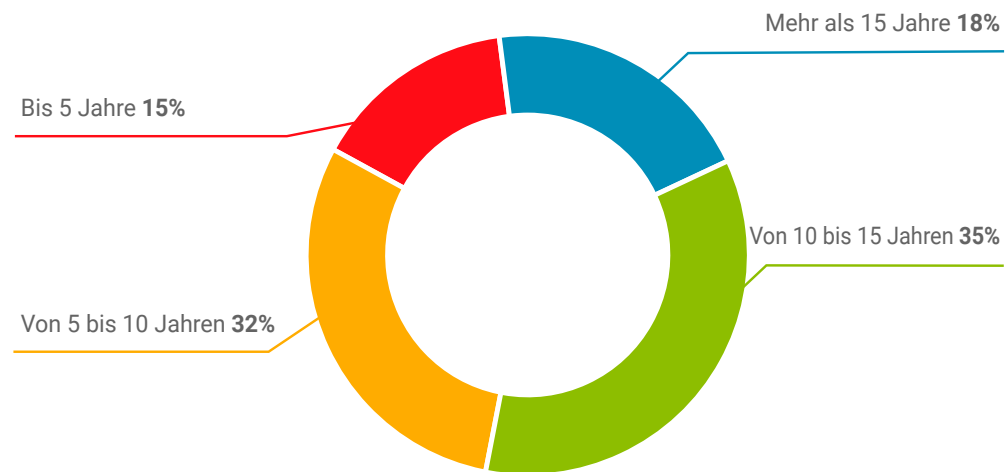
“

*Wenn Sie über Erfahrung im IT verfügen und eine interessante berufliche Weiterentwicklung suchen, während Sie weiter arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie.*

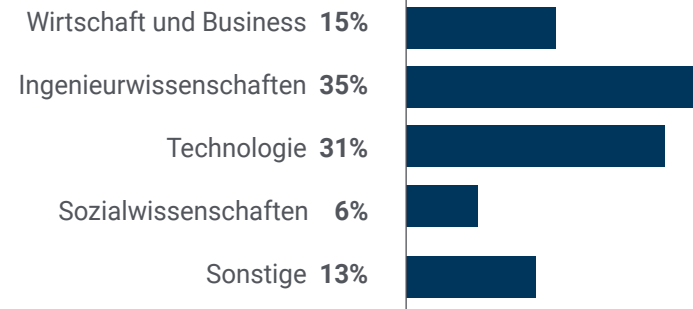
## Durchschnittliches Alter

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

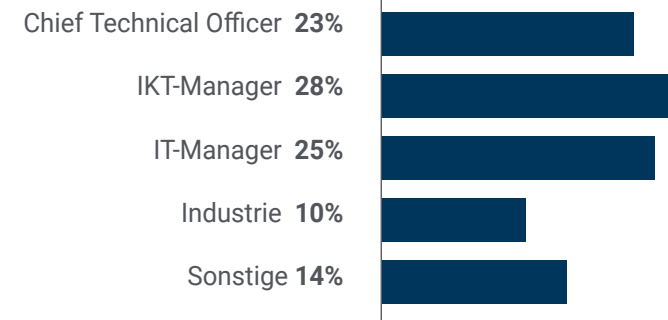
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung

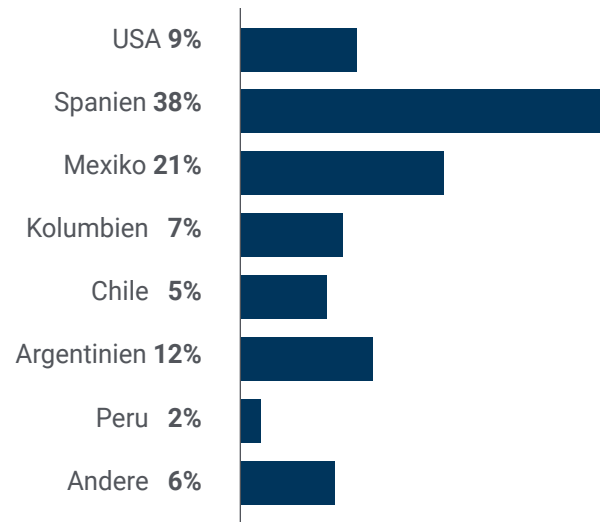


## Akademisches Profil





## Geografische Verteilung



## Ana Rubio

*Chief Technical Officer*

„Ich bin Computeringenieurin und habe nach sechs Jahren Arbeit als Programmiererin und Projektanalystin in diesem Programm die Möglichkeit gefunden, meine berufliche Karriere neu auszurichten. Meine Erfahrung war sehr positiv. Dieser Executive Master legt die Grundlagen des Managements in der Geschäftswelt, die die fundamentalen Pfeiler der täglichen Arbeit des CTOs sind“

09

# Kursleitung

TECH ist bestrebt, die höchste Qualität aller Inhalte zu gewährleisten und hat sich bei der Entwicklung dieses Programms auf einen Lehrkörper von internationalem Einfluss verlassen. Durch eine Reihe von hochkarätigen *Masterclasses* wird der Student in die Lage versetzt, die Schlüssel zur Führung in renommierten Unternehmen wie Amazon oder Microsoft zu erkennen, wobei er die einzigartige Vision eines führenden Managers in beiden Unternehmen hat.



“

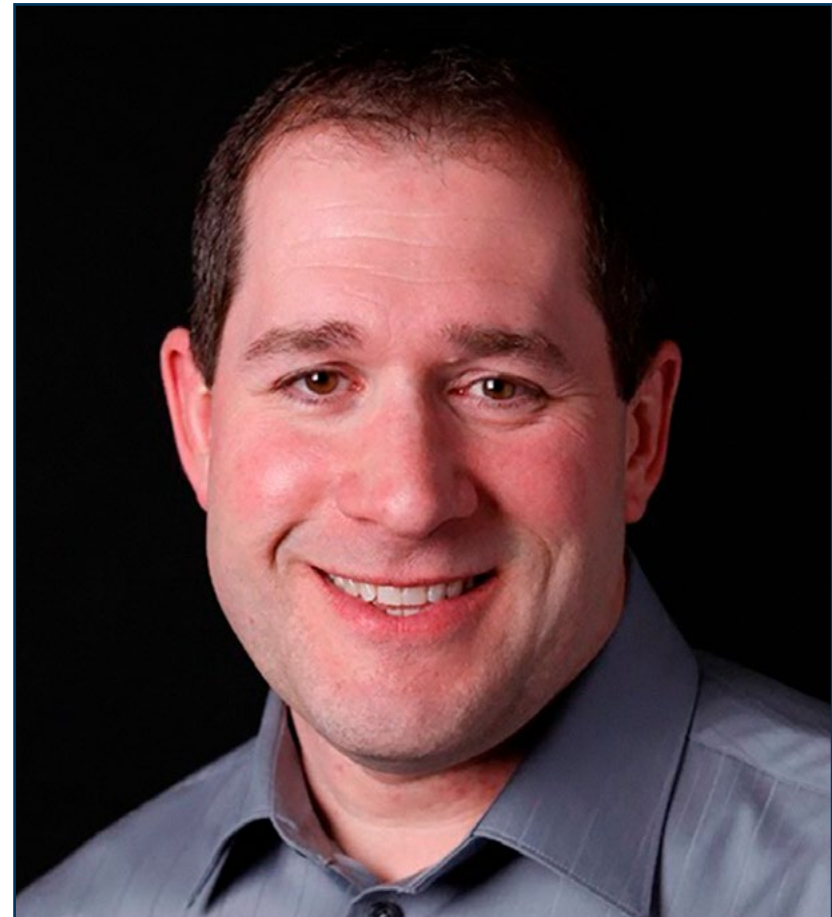
*Tauchen Sie ein in das IT-Management auf höchstem Niveau mit einer einzigartigen Perspektive, die von angesehenen internationalen Managern vermittelt wird“*

## 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

“

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

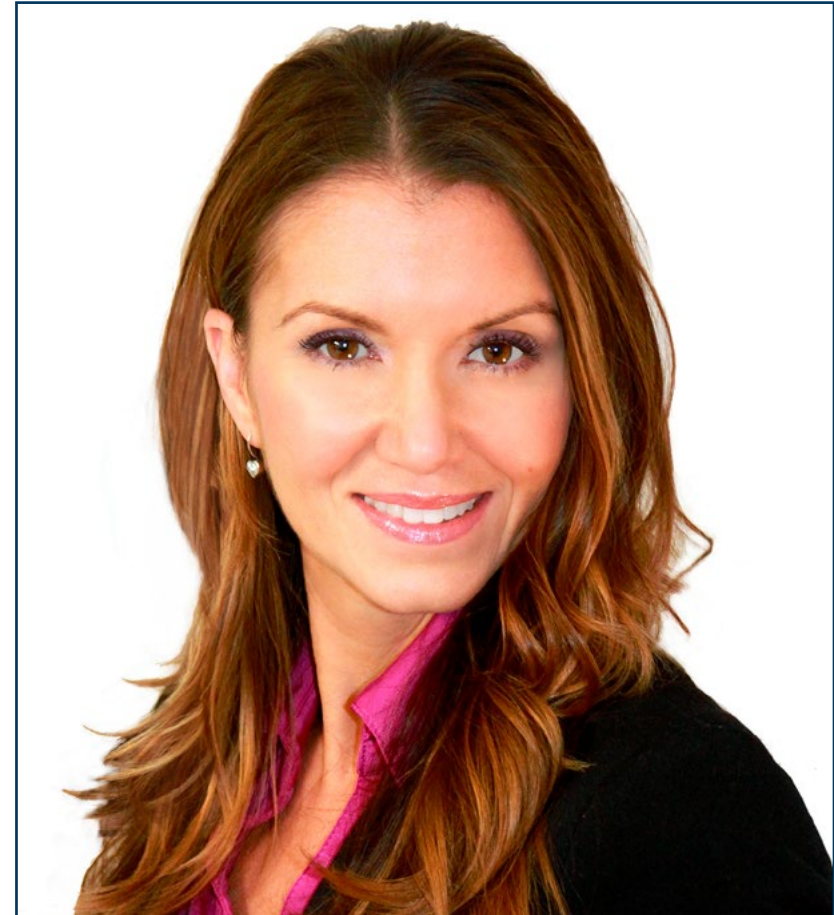
## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Fr. Dove, Jennifer

---

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

“

*TECH verfügt über eine angesehene und spezialisierte Gruppe von internationalen Gastdirektoren, die wichtige Führungspositionen in den innovativsten Unternehmen auf dem Weltmarkt innehaben"*

## 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 angesehenere 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!"*

# 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 sollte es sein, beruflich zu wachsen. Aus diesem Grund stellt TECH den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung, damit sie sich in einem stark nachgefragten Bereich spezialisieren können, was ihrer Karriere zugute kommt, ohne dass sie große Anstrengungen unternehmen müssen.



“

*Sie werden die hybriden Architekturen in den Bereichen Big Data, FuEul-Zertifizierungen und Web-Design Ihres Unternehmens so verwalten, dass Sie darin unentbehrlich werden"*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

#### Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer) der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Entscheidungen der Wirtschaft auf nationaler und internationaler Ebene vorbereitet. Das Hauptziel ist es, die persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Zum Erfolg zu verhelfen.

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

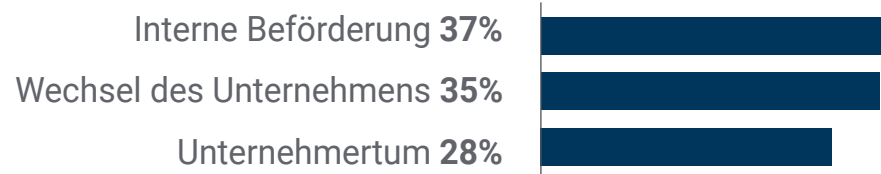
*Bei TECH setzen wir uns für eine qualitativ hochwertige Spezialisierung ein, damit unsere Studenten beruflichen Erfolg erzielen. Dieses Programm ist ein gutes Beispiel dafür.*

*Dieses Programm gibt Ihnen die Instrumente an die Hand, die Sie brauchen, um sich beruflich im Bereich IT-Management weiterzuentwickeln.*

#### Zeit für Veränderungen



#### Art des Wandels



## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms führt einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%** für unsere Auszubildenden.



11

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer) trägt dazu bei, dass die Talente des Unternehmens ihr volles Potenzial entfalten können, indem er hochrangige Führungskräfte spezialisiert. Daher wird die Teilnahme an diesem akademischen Programm nicht nur auf persönlicher Ebene, sondern vor allem auch auf professioneller Ebene zu einer Verbesserung der Fortbildung und der Managementfähigkeiten des Studenten führen. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

*Bieten Sie Ihrem Unternehmen eine globale Vision des Sektors und erzielen Sie damit kurz- und langfristige Vorteile"*

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 Executive Master MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer) garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

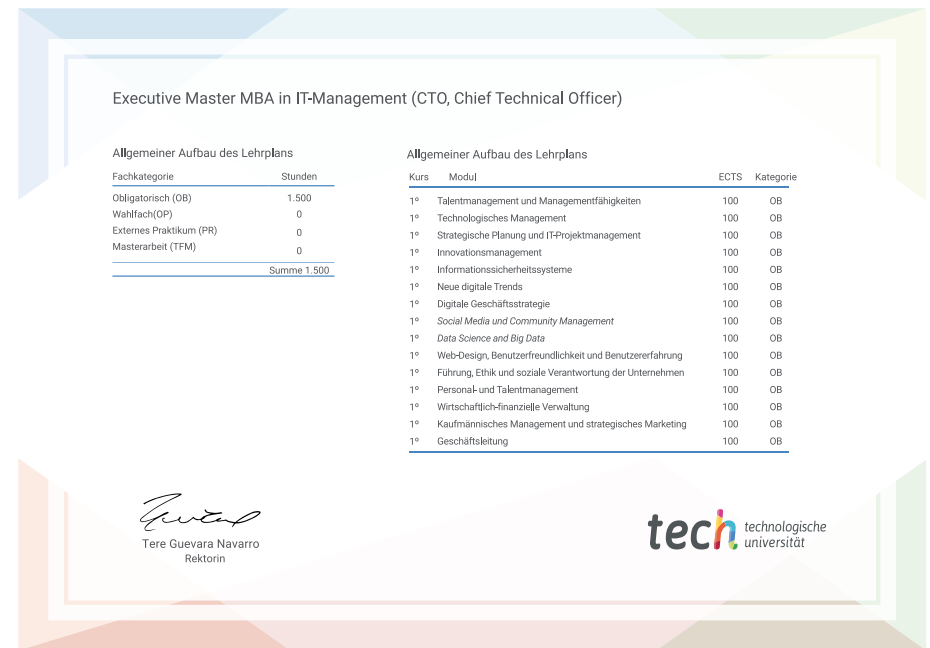
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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

Titel: **Executive Master MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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



## **Executive Master**

### MBA in IT-Management (CTO, Chief Technical Officer)

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

# Executive Master

MBA in IT-Management  
(CTO, Chief Technical Officer)

