

Executive Master

MBA in Management der
Versicherungsbranche

M B A M V



Executive Master MBA in Management der Versicherungsbranche

- » Modalität: **online**
- » Dauer: **12 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**
- » Gerichtet an: **Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Finanzen, Wirtschaft, Volkswirtschaft oder Informatik erworben haben**

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

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 46

08

Profil unserer Studenten

Seite 54

09

Kursleitung

Seite 58

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 78

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 82

12

Qualifizierung

Seite 86

01

Willkommen

Das Management in der Versicherungsbranche hat sich aufgrund des technologischen Fortschritts, der Produktpassung und des fortschrittlichen Risikomanagements stark verändert. Versicherungsunternehmen setzen heute Techniken ein, um Risiken besser vorhersagen zu können. Darüber hinaus haben die Aufsichtsbehörden Maßnahmen ergriffen, um die finanzielle Stabilität zu stärken, die Kunden zu schützen und die Transparenz in der Branche zu fördern. Dies erhöht den Bedarf an gut qualifizierten Fachkräften in diesem Sektor. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, hat TECH ein Programm entwickelt, das Studenten zu Versicherungsexperten weiterbildet. Dieser Abschluss wird in einem 100%igen Online-Format präsentiert, das die Flexibilität bietet, jederzeit und überall ohne zeitliche Einschränkungen auf die Inhalte zugreifen zu können.



MBA in Management der Versicherungsbranche
TECH Technologische Universität

“

Werden Sie mit diesem exklusiven Executive Master von TECH zum Experten in der internationalen Gesetzgebung zur Kontrolle der Versicherungstätigkeit“

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

Ziel dieses Studiengangs ist es, Fachkräften die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse zu vermitteln, die sie in die Lage versetzen, ein Versicherungsunternehmen effizient zu leiten und zu verwalten. Die Studenten werden somit in der Lage sein, strategische Entscheidungen zu treffen, Risiken zu kontrollieren und Produkte zu entwerfen und anzupassen. Und das alles in einer 100%igen Online-Umgebung, die es ihnen ermöglicht, den Versicherungsvertrieb effizient zu überwachen, die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften zu gewährleisten und starke Kundenbeziehungen aufzubauen.



“

Sie werden sich in einem sich ständig weiterentwickelnden Markt hervorheben und Ihr juristisches Wissen im internationalen Versicherungsbereich erweitern"

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

Der **MBA in Management der Versicherungsbranche** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Entwickeln von Fachwissen über die Umsetzung und den Betrieb ausländischer Versicherer in anderen Ländern:
(i) innerhalb der Europäischen Union sowie aus Ländern außerhalb der Europäischen Union

04

Abgrenzen des Rahmens für die Leistung des Versicherungsgeschäfts

02

Entwickeln der Besonderheiten des Versicherungsvertrags

03

Untersuchen des internationalen Regulierungsrahmens für den Versicherungsmarkt und seiner jüngsten Entwicklung

05

Analysieren von Versicherungsentwicklungen



06

Reflektieren über die versicherungstechnischen Auswirkungen einer nicht sektoralen Regulierung

08

Ermitteln des Zusammenspiels zwischen Verbraucher- und Versicherungsrecht und seiner Folgen

09

Entwickeln von Fachwissen über Versicherungen und der wichtigsten Konzepte, die das Versicherungsgeschäft definieren

07

Bewerten der Auswirkungen der Informationssicherheit auf den Rechtsrahmen für Versicherungen

10

Bestimmen der Bedeutung des Risikos als wesentliches Element für die Versicherungstätigkeit



11

Untersuchen der allgemeinen Funktionsweise des Versicherungswesens und die für deren Tätigkeit geltenden Vorschriften

12

Feststellen der Bedeutung des Risikomanagements für Versicherungsunternehmen als Schlüsselement des Managements von Versicherungsunternehmen

13

Identifizieren der unmittelbarsten Herausforderungen für das Risikomanagement

14

Analysieren des globalen Versicherungsmarktes mit Schwerpunkt auf dem Vertriebsgeschäft

15

Bestimmen, was sowohl auf europäischer als auch auf internationaler Ebene als Versicherungsvertrieb gilt



16

Identifizieren der Hauptakteure, die an der Vertriebstätigkeit beteiligt sind

18

Erarbeiten der wichtigsten Aspekte der Compliance-Funktion

19

Identifizieren internationaler Konformitätsstandards

17

Prüfen der Bedeutung von Verbraucherschutzmaßnahmen

20

Konkretisieren der Wechselbeziehungen zwischen der Compliance-Funktion und dem Rest der Organisation

05

Kompetenzen

Mit diesem Executive Master erwerben Fachkräfte aus der Wirtschaft Spezialwissen im Versicherungswesen, entwickeln Management- und Führungskompetenzen und stärken ihr analytisches Denken und ihre Problemlösungsfähigkeiten. Diese Kompetenzen werden sie in die Lage versetzen, Führungs- und Managementaufgaben im Versicherungssektor effektiv wahrzunehmen, was ihnen Möglichkeiten für eine berufliche Weiterentwicklung sowie die Karriereentwicklung eröffnet.



“

Sie werden die Strategien und Instrumente beherrschen, die notwendig sind, um die Solvenz und Stabilität von Unternehmen zu gewährleisten"

01

Untersuchen der Rolle des Compliance-Beauftragten

02

Bewerten aktueller Trends bei der Einhaltung von Vorschriften

03

Bestimmen der Besonderheiten der Compliance-Funktion in den regulierten Sektoren

04

Zusammenstellen der wichtigsten Themen, die in einem Compliance-Programm nicht fehlen dürfen

05

Entwickeln von Finanzbuchhaltungskompetenzen für die Interpretation und Bewertung von Unternehmen im Versicherungssektor



06

Untersuchen der für Versicherungsunternehmen geltenden Vorschriften aus lokaler und internationaler Sicht

08

Identifizieren verschiedener Methoden zur Risikomessung und zum Risikomanagement

09

Messen und Managen der Risiken, denen ein Versicherungsunternehmen tagtäglich ausgesetzt ist

07

Ausstatten der Studenten mit den erforderlichen Computerwerkzeugen zur Durchführung verschiedener Berechnungen im Bereich der Finanzbuchhaltung

10

Prüfen, wie wichtig es ist, das Governance-System zu verstehen, um ein umsichtiges Management des Versicherungsgeschäfts zu gewährleisten

11

Begründen der Prozessüberwachung und Interaktion mit Daten, der Datenverfügbarkeit und -zulänglichkeit sowie der Kontrollprozesse auf der Grundlage geltender Vorschriften und der Meinung sowie Standards internationaler Institutionen

12

Entwickeln von Fachkenntnissen in den betroffenen Feldern Rechnungswesen, Finanzen, Technik-Versicherungsmathematik und IT, die einen multidisziplinären Charakter erhalten, einschließlich deren Aufgaben, Grenzen und grundlegenden zusammenhängenden Verantwortlichkeiten

13

Prüfen der allgemeinen Informationspflichten bei der Vermarktung von Versicherungsprodukten

14

Vermitteln von Kenntnissen bei der Übermittlung von Informationen sowie bei der Entwicklung einer angemessenen und wahrheitsgemäßen Werbung



15

Identifizieren potenzieller Risiken, die während des Vermarktungsprozesses auftreten können

16

Kennen des Produktlebenszyklus und seiner Steuerung

17

Entwickeln von Fachwissen über die Körperschaftssteuer (CIT) für den Versicherungssektor, abgeleitet aus einer sektoralen Anpassung der PGC, und Analysieren der wichtigsten Punkte zur Optimierung und Monetarisierung der Besteuerung eines Versicherungsunternehmens

18

Bestimmen der wichtigsten Themen zur Überprüfung und Planung der direkten Besteuerung der von den Versicherungsunternehmen erzielten Gewinne, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene



06

Struktur und Inhalt

Die Inhalte des MBA in Management der Versicherungsbranche konzentrieren sich auf hochrelevante Themen im Zusammenhang mit der Regulierung, den versicherungstechnischen Rückstellungen, der versicherungsmathematischen Berechnung, neuen Trends in der Versicherungsbranche und der Besteuerung in diesem Sektor. In diesem Sinne wird die Wirtschaftsfachkraft mit den Vorschriften des Versicherungssektors, seinen rechtlichen Aspekten, dem Risiko und der Besteuerung sowie einer Reihe von grundlegenden Konzepten konfrontiert, die sie nach Abschluss des Programms zu einem Experten machen werden.



“

*Ein auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittener Lehrplan,
der mit der effizientesten Lehrmethode, dem
Relearning, erstellt wurde“*

Lehrplan

Eine der wichtigsten Neuerungen dieses Masterstudiengangs ist die Einbeziehung des Steuerwesens sowie die Bedeutung von Solvabilität und Cybersicherheit in der Versicherungsbranche. Zudem werden Fallstudien von internationalem Ausmaß gelehrt, was diesen Studiengang zu einem hervorragenden Studium macht. Dieses Programm wird zu 100% online angeboten und verfügt über eine umfangreiche Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen wie interaktive Zusammenfassungen und Fachlektüre. Ferner bietet es völlige Zugangsfreiheit von jedem Gerät mit Internetanschluss.

Im Laufe von 12 Monaten schafft dieser Abschluss eine einzigartige und effektive Lernerfahrung, die den Grundstein für eine vielversprechende und erfolgreiche Zukunft im Versicherungsmanagement legt. Auf diese Weise wird ein breites Spektrum an Themen abgedeckt, die für diesen Bereich auf internationaler Ebene von Bedeutung sind. So werden die Studenten das Versicherungswesen als regulierte Tätigkeit im Ausland analysieren und den globalen Kontext betrachten, der es ihnen ermöglicht, die rechtlichen Grundlagen zu verstehen, die diese Tätigkeit unterstützen.

Außerdem wird die Beziehung zwischen Versicherung und Risiko behandelt und untersucht, wie die Versicherungsbranche die mit den Verträgen verbundenen Risiken bewertet, verwaltet und übernimmt. Die Studenten werden sich auch mit der Einhaltung globaler Vorschriften und der *Corporate Governance* befassen und die Bedeutung von Transparenz und Rechenschaftspflicht im Versicherungssektor kennenlernen.

Somit wurde ein einzigartiger Lehrplan geschaffen der auf die beruflichen Ziele des Studenten abgestimmt ist und ihn zu Spitzenleistungen im Bereich der Versicherung führen wird. Das Programm bietet innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren, in Verbindung mit der *Relearning*-Methode, die es den Fachkräften erlaubt, komplexe Konzepte in kürzerer Zeit und effizienter zu verstehen.

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

Modul 1	Die Versicherung als regulierte Tätigkeit im internationalen Bereich
Modul 2	Rechtliche Aspekte der Versicherung. Internationaler Kontext
Modul 3	Versicherung und Risiko
Modul 4	Versicherungsvertrieb
Modul 5	Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und internationale Unternehmensführung
Modul 6	Zusammensetzung der wirtschaftlichen Bilanz nach den Solvenzregeln II
Modul 7	Solvvenz II: umsichtiges Management des Versicherungsgeschäfts
Modul 8	Verhaltens- und Aufsichtsrisiken in der Versicherungsbranche
Modul 9	Besteuerung in der Versicherungswirtschaft. Direkte Steuern
Modul 10	Besteuerung in der Versicherungswirtschaft. Indirekte Steuern
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, diesen MBA in Management der Versicherungsbranche 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 Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Die Versicherung als regulierte Tätigkeit im internationalen Bereich

1.1. Umsetzungsregelung für Versicherer der Gemeinschaft in anderen Ländern der Europäischen Union: Herkunftsmitgliedstaat, Aufnahmemitgliedstaat

- 1.1.1. Freier Dienstleistungsverkehr
- 1.1.2. Recht auf Niederlassung
- 1.1.3. Agentur für die Anmeldung

1.2. Verpflichtungen der Versicherer

- 1.2.1. Ständige Vertretung im Aufnahmestaat
- 1.2.2. Kundenbetreuung
- 1.2.3. Kundenförsprache

1.3. Die Rolle der Aufsichtsbehörde des Herkunftsstaates

- 1.3.1. Aufsichtsfunktion
- 1.3.2. Sanktionierungsfunktion
- 1.3.3. Kontrollfunktion

1.4. Rolle der Aufsichtsbehörde des Aufnahmestaats

- 1.4.1. Aufsichtsfunktion
- 1.4.2. Sanktionierungsfunktion
- 1.4.3. Kontrollfunktion

1.5. Regelung für Versicherer aus Drittländern in der Europäischen Union

- 1.5.1. Ständige Niederlassung
- 1.5.2. Freier Dienstleistungsverkehr
- 1.5.3. Agentur für die Anmeldung

1.6. Regelung für die Tätigkeit von Gemeinschaftsversicherern in Drittländern

- 1.6.1. Ständige Niederlassung
- 1.6.2. Freier Dienstleistungsverkehr
- 1.6.3. Agentur für die Anmeldung

1.7. Sonderregelung für die Kfz-Versicherung

- 1.7.1. Verpflichtungen des Gastlandes
- 1.7.2. Vertretung
- 1.7.3. Verwaltung von Schadensfällen

1.8. Ofesauto (Spanisches Büro der Kfz-Versicherer) und gleichwertige Einrichtungen in Drittländern

- 1.8.1. Organisation
- 1.8.2. Kompetenzen
- 1.8.3. Funktionsweise

1.9. Versicherungsverträge und Gerichtsstandsklauseln

- 1.9.1. Zuständigkeitsbereich
- 1.9.2. Wettbewerb
- 1.9.3. Konfliktregeln

1.10. Systeme zur Konfliktlösung

- 1.10.1. Mediation
- 1.10.2. Schiedsgerichtsbarkeit
- 1.10.3. Partnerschaftvereinbarungen

Modul 2. Rechtliche Aspekte der Versicherung. Internationaler Kontext

<p>2.1. Der Versicherungsvertrag. Besonderheiten</p> <p>2.1.1. Vertragsgegenstand, Belastung und Zufälligkeit</p> <p>2.1.2. Vertragsparteien und andere Nebenintervenienten</p> <p>2.1.3. Belastung, Einvernehmlichkeit und aufeinanderfolgende Abschnitte</p>	<p>2.2. Die Versicherungsbranche</p> <p>2.2.2. Internationale Definitionskriterien</p> <p>2.2.3. Lebensversicherungsklassen</p> <p>2.2.4. Andere Versicherungszweige</p>	<p>2.3. Der Rechtsrahmen für Versicherungen. Europa, Amerika und Asien-Pazifik</p> <p>2.3.1. IAIS-Grundsätze und -Standards</p> <p>2.3.2. Überblick über die regulatorischen Fortschritte: quantitative und qualitative Anforderungen</p> <p>2.3.2. Entwicklung der Governance-Anforderungen</p>	<p>2.4. Internationales Versicherungsaufsichtsrecht</p> <p>2.4.1. Internationale Aufsichts- und Kontrollorgane</p> <p>2.4.2. Aufsichtsbehörden: Kompetenz und Koordination in einem globalen Umfeld</p> <p>2.4.3. Wichtige rechtliche Aspekte der Kontrolle und Überwachung</p>
<p>2.5. Schutz von personenbezogenen Daten</p> <p>2.5.1. Modelle für die Regulierung des Datenschutzes: Europa, Amerika und Asien-Pazifik</p> <p>2.5.2. Globale Auswirkungen der Europäischen Datenschutzverordnung</p> <p>2.5.3. Physisches und digitales Umfeld</p>	<p>2.6. Verhinderung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung</p> <p>2.6.1. Rechtsvorschriften zur Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung</p> <p>2.6.2. Empfehlungen der <i>Financial Action Task Force</i> (FATF/FATF)</p> <p>2.6.3. Hochrisiko-Länder</p>	<p>2.7. Betrugsprävention</p> <p>2.7.1. Betrugstypologie. Konzept</p> <p>2.7.2. Elemente von Betrugsmanagementsystemen</p> <p>2.7.3. Sektorale Regulierung von Betrug</p>	<p>2.8. Entwicklungen und Perspektiven in Bezug auf neue Risiken und Nachhaltigkeit: Ethik und Verantwortung im Versicherungsgeschäft</p> <p>2.8.1. Von RSC zu ESG</p> <p>2.8.2. Neue Paradigmen im Bereich Nachhaltigkeit und Risiko</p> <p>2.8.3. Entwicklung regulatorischer Anforderungen auf internationaler Ebene</p>
<p>2.9. Widerstandsfähigkeit im Cyberspace, Governance und Sicherheit der IKT</p> <p>2.9.1. Sicherheit von Netzen und Informationssystemen: Regulatorische Entwicklungen</p> <p>2.9.2. Der Einfluss der Versicherer auf die Cyber-Resilienz</p> <p>2.9.3. Governance-Rahmen für die Cybersicherheit</p>	<p>2.10. Verbraucherschutz. Transparenz und Offenlegungspflichten</p> <p>2.10.1. Leitlinien der Vereinten Nationen für den Verbraucherschutz</p> <p>2.10.2. Transparenz und Offenlegung von Informationen: Regulatorische Entwicklungen</p> <p>2.10.3. Elektronischer Geschäftsverkehr und Fernabsatz</p>		

Modul 3. Versicherung und Risiko

3.1. Das Risiko und seine Rolle im Versicherungsgeschäft

- 3.1.1. Risiko, Kontextualisierung
- 3.1.2. Risiko in der Versicherungstätigkeit
- 3.1.3. Risikoverhalten

3.2. Das versicherbare Risiko

- 3.2.1. Bedingungen für die Versicherbarkeit eines Risikos
- 3.2.2. Risikoklassifizierung
- 3.2.3. Risikoauswahl und -überwachung

3.3. Risikoteilung unter den Versicherern

- 3.3.1. Risikoteilung
- 3.3.2. Rückversicherung
- 3.3.3. Mitversicherung

3.4. Versicherungstätigkeit

- 3.4.1. Versicherungskonjunktur
- 3.4.2. Elemente der Versicherungstätigkeit
- 3.4.3. Gewinn oder Gewinnspanne im Versicherungsgeschäft

3.5. Die Versicherungswirtschaft und die Kontrolle ihrer Tätigkeit

- 3.5.1. Wirtschaftliche und soziale Rolle der Versicherung
- 3.5.2. Kontrolle der Versicherungstätigkeit
- 3.5.3. Ziele der Kontrolle

3.6. Entwicklungen bei den Solvenzvorschriften

- 3.6.1. Konzept der Solvenz. Bedeutung für den Versicherungssektor
- 3.6.2. Gemeinschaftliche regulatorische Entwicklungen
- 3.6.3. Solvenzvorschriften in Drittländern

3.7. Solvenz und Risiko

- 3.7.1. Quantitative Risikobewertung
- 3.7.2. Qualitative Risikobewertung
- 3.7.3. Marktinformation und -transparenz

3.8. Risikomanagement als Schlüsselement in Versicherungsunternehmen

- 3.8.1. Risikomanagement-Systeme
- 3.8.2. Prozess der Risikoverwaltung
- 3.8.3. Risikomanagement in der Versicherungstätigkeit. Relevanz

3.9. Risikomanagement und seine Rolle bei der digitalen Transformation

- 3.9.1. Digitale Transformation, Kontextualisierung
- 3.9.2. Digitale Transformation in der Versicherungsbranche
- 3.9.3. Digitale Transformation und Risikomanagement

3.10. Neu auftretende Risiken im Versicherungsgeschäft

- 3.10.1. Cyber-Risiken
- 3.10.2. ESG-Risiken
- 3.10.3. Andere neu auftretende Risiken

Modul 4. Versicherungsvertrieb

4.1. Analyse des Versicherungssektors: Zahlen

- 4.1.1. Der globale Versicherungsmarkt
- 4.1.2. Das Versicherungsgeschäft
- 4.1.3. Versicherungsaufsicht

4.2. Regulierung des Vertriebsgeschäfts

- 4.2.1. Globale Regulierung
- 4.2.2. Regulierung in den verschiedenen internationalen Rechtsordnungen
- 4.2.3. Aufsichtsorgane

4.3. Vertriebstätigkeit

- 4.3.1. Was ist Vertrieb?
- 4.3.2. Was ist kein Vertrieb?
- 4.3.3. Internationaler Vertrieb

4.4. Arten von Vertriebshändlern

- 4.4.1. Vertriebshändler in der EU
- 4.4.2. Vertriebshändler außerhalb der EU
- 4.4.3. Besondere Erwähnung der IBO (Insurance Banking Operators)

4.5. Voraussetzungen für den Zugang zur Vertriebstätigkeit, Verpflichtungen und administrative Registrierung

- 4.5.1. Voraussetzungen für die Aufnahme der Tätigkeit des Vertriebs
- 4.5.2. Geltende Verpflichtungen
- 4.5.3. Verwaltungsunterlagen

4.6. Informationen, die dem Kunden zur Verfügung gestellt werden müssen, und Produktmanagement

- 4.6.1. Allgemeine Kundeninformationspflichten
- 4.6.2. Spezifische Berichtspflichten: Nachhaltigkeitskriterien und Greenwashing
- 4.6.3. Pflicht zur Vermeidung von Interessenkonflikten

4.7. Verbraucherschutz

- 4.7.1. Rechtlicher Rahmen für den finanziellen Verbraucherschutz
- 4.7.2. Globale Aktionspläne
- 4.7.3. Aktionspläne in den verschiedenen internationalen Gerichtsbarkeiten

4.8. Grenzüberschreitende Tätigkeit

- 4.8.1. Tätigkeit innerhalb der EU im Rahmen der Niederlassungsfreiheit
- 4.8.2. Tätigkeit innerhalb der EU im freien Dienstleistungsverkehr
- 4.8.3. Tätigkeit außerhalb der EU

4.9. Ausbildung von Vertriebshändlern

- 4.9.1. Anforderungen
- 4.9.2. Schulungsziele
- 4.9.3. Internationale Ausbildung

4.10. Beaufsichtigung von Vertriebsunternehmen

- 4.10.1. Aufsichtsbehörden
- 4.10.2. Arten der Aufsicht
- 4.10.3. Administrative Kontrolle

Modul 5. Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und internationale Unternehmensführung

5.1. Compliance

- 5.1.1. Compliance
- 5.1.2. Ursprünge und Entwicklung der Compliance
- 5.1.3. Zukunft der Compliance

5.2. Einhaltung von Vorschriften und Corporate Governance

- 5.2.1. Corporate Governance
- 5.2.2. OECD- und G20-Grundsätze der Corporate Governance
- 5.2.3. Die Verantwortung von Verwaltungsräten

5.3. Internationale Konformitätsstandards

- 5.3.1. Internationale Normungstätigkeit
- 5.3.2. ISO 19600 und ISO 37001
- 5.3.3. Die Struktur der Managementsysteme auf hoher Ebene

5.4. Die Compliance-Funktion in Organisationen

- 5.4.1. Die Rolle, die Notwendigkeit und das Verhältnis mit anderen Bereichen
- 5.4.2. Vorteile und Probleme
- 5.4.3. Outsourcing der Funktion

5.5. Die Rolle des Compliance-Beauftragten

- 5.5.1. Der Compliance-Beauftragte im Organigramm des Unternehmens
- 5.5.2. Unabhängigkeit, Unparteilichkeit und Rollenbestimmung
- 5.5.3. Die Verantwortung des Compliance-Beauftragten

5.6. Compliance-Fragen I. Verhinderung von Geldwäscherei

- 5.6.1. Strafrechtliche Verantwortlichkeit von juristischen Personen. Internationale Perspektive
- 5.6.2. Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung. OCDE-Leitlinien für die gute Praxis
- 5.6.3. Prävention von Geldwäsche

5.7. Compliance-Fragen II. Informationssicherheit

- 5.7.1. Informationssicherheit
- 5.7.2. BYOD-Modell vs. Unternehmenskontrolle über die Nutzung von Technologieressourcen
- 5.7.3. Die Informationsgesellschaft

5.8. Compliance-Fragen III. Geistiges Eigentum

- 5.8.1. Privatsphäre und Datenschutz
- 5.8.2. Geistiges Eigentum
- 5.8.3. Schutz von Geschäftsgeheimnissen

5.9. Normen und Dienstleistungsvereinbarungen

- 5.9.1. Normen und Normungsgremien
- 5.9.2. Umsetzung und Nutzen der Standards
- 5.9.3. Dienstleistungsvereinbarungen (DLVs)

5.10. Einhaltung von Vorschriften in regulierten Sektoren

- 5.10.1. Regulierter Sektor und internationaler Ansatz
- 5.10.2. Finanzsektor
- 5.10.3. Versicherungssektor

Modul 6. Zusammensetzung der wirtschaftlichen Bilanz nach den Solvenzregeln II

6.1. Solvenz

- 6.1.1. Prozess der Solvenzdefinition
- 6.1.2. Vergleich zwischen Solvenz I und Solvenz
- 6.1.3. Umfang der Anwendung
- 6.1.4. Strukturierung der Solvenz
- 6.1.5. Übergangsmaßnahmen zur Solvenz
- 6.1.6. Überprüfung der Solvenzvorschriften

6.2. Wirtschaftliches Gleichgewicht: Vermögenswerte

- 6.2.1. Bewertung von Vermögenswerten. (NF13)
- 6.2.2. Immaterielle Vermögenswerte
- 6.2.3. Finanzielles und operatives Leasing
- 6.2.4. Materielle Vermögenswerte
- 6.2.5. Investitionen
- 6.2.6. Matching-Anpassung und Portfolio-Replikanten

6.3. Wirtschaftliches Gleichgewicht: Verbindlichkeiten

- 6.3.1. Technische Bestimmungen. Aufteilung nach LOB
- 6.3.2. Berechnung der Verbindlichkeiten: als Ganzes vs. beste Schätzung
- 6.3.3. Berechnung des Barwerts der Rückstellungen

6.4. Wirtschaftliches Gleichgewicht: Nettovermögen

- 6.4.1. Bewertung des Nettovermögens: Basiseigenmittel
- 6.4.2. Bewertung des Nettovermögens: Ergänzende Eigenmittel
- 6.4.3. Qualität der Eigenmittel - Kernkapital
- 6.4.4. Mindest-Solvvenzkapital (MSK)
- 6.4.5. Risikokarte. Standardformel vs. internes/teilweises Modell

6.5. Risiko der Lebensversicherung

- 6.5.1. Versicherungstechnisches Risiko in der Lebensversicherung
- 6.5.2. Versicherungstechnisches Risiko in der Bestattungsversicherung
- 6.5.3. Risikoübernahme in der Krankenversicherung (Lebentechniken)

6.6. Marktrisiken

- 6.6.1. Marktrisiko
- 6.6.2. Zinsänderungsrisiko
- 6.6.3. Eigenkapitalrisiko
- 6.6.4. Immobilienrisiko
- 6.6.5. Streuungsrisiko
- 6.6.6. Konzentrationsrisiko
- 6.6.7. Währungsrisiko

6.7. Nicht lebensbezogene Risikoübernahme

- 6.7.1. Nicht-lebensbezogene Risikoübernahme Prämie und Rückstellung; Herbst und Katastrophenfälle
- 6.7.2. Risikoübernahme in der Krankenversicherung (Nichtlebensversicherungstechniken)
- 6.7.3. USP: Eigene Parameter

6.8. Operationelles Risiko, Kreditrisiko und BSCR-Berechnung

- 6.8.1. Operationelles Risiko
- 6.8.2. Methoden zur Berechnung des operationellen Risikos
- 6.8.3. Einführung in das Kreditrisiko
- 6.8.4. Methoden zur Berechnung des operationellen Risikos
- 6.8.5. Globale Risikoaggregationsmatrix BSCR

6.9. Gruppenübergreifender SCR: Finanzielle Lage

- 6.9.1. Teilnehmende Einrichtung
- 6.9.2. Verbundene Einheit
- 6.9.3. Gruppen, die der Überwachung unterliegen
- 6.9.4. Konsolidierungsmethoden und Berechnung der Gruppensolvvenz

6.10. Neue Regulierungen: IFRS 17

- 6.10.1. Nf 17
- 6.10.2. BBA-Methode
- 6.10.3. VFA-Methode
- 6.10.4. PAA-Methode
- 6.10.5. Übergang

Modul 7. Solvenz II: Private Verwaltung der Versicherungstätigkeit

7.1. Governance und Risikomanagementsystem

- 7.1.1. Eignung und Ehrenhaftigkeit
- 7.1.2. Interessenkonflikte
- 7.1.3. Risikomanagement-System

7.2. Interne Risiko- und Solvenzbewertung (ORSA)

- 7.2.1. ORSA-Prozess
- 7.2.2. Erhebliche Risiken: Stresstests und Szenarioanalysen
- 7.2.3. Beschreibung und Inhalt des ORSA-Berichts

7.3. Appetit und Risikobereitschaft

- 7.3.1. Überlegungen zur Bestimmung der Risikobereitschaft
- 7.3.2. Methodik
- 7.3.3. Referenzrahmen

7.4. Interne Kontrolle und internes Audit

- 7.4.1. Internes Kontrollsystem
- 7.4.2. Funktion des internen Audits
- 7.4.3. Risikokarte

7.5. Versicherungsmathematische Funktion

- 7.5.1. Organisatorische Struktur
- 7.5.2. Verteidigungslinien
- 7.5.3. Umfang der versicherungsmathematischen Funktion

7.6. Bericht über Solvenz und Finanzlage

- 7.6.1. System der Regierung
- 7.6.2. Risikoprofil
- 7.6.3. Bewertung für Solvenz- und Kapitalmanagementzwecke

7.7. Regelmäßiger Überwachungsbericht

- 7.7.1. Reichweite
- 7.7.2. Ziele
- 7.7.3. Voraussichtliche künftige Risiken

7.8. Quantitative Berichtsvorlagen - Vierteljährlich

- 7.8.1. Für die Überwachung benötigte Informationen
- 7.8.2. Taxonomie
- 7.8.3. Periodizität

7.9. Quantitative Berichtsvorlagen - Jährlich

- 7.9.1. Für die Überwachung benötigte Informationen
- 7.9.2. Taxonomie
- 7.9.3. Periodizität

7.10. Interne Modelle. Andere Überlegungen

- 7.10.1. Interne Modelle
- 7.10.2. Eigenständige Unternehmen
- 7.10.3. Überprüfung der EU-Versicherungsvorschriften

Modul 8. Verhaltens- und Aufsichtsrisiken in der Versicherungsbranche

8.1. Allgemeine Verhaltensgrundsätze und allgemeine Meldepflichten

- 8.1.1. Allgemeine Grundsätze und Berichtspflichten
- 8.1.2. Von einem Versicherer zu erteilende Informationen
- 8.1.3. Von einem Versicherungsvermittler zu erteilende Informationen

8.2. Informationsvorschriften und Verhaltensnormen

- 8.2.1. Vorschriften für die Vermarktung von Finanzinstrumenten
- 8.2.2. Gemeinschaftsvorschriften über Information und Verhaltensnormen
- 8.2.3. Internationale Normen, Angleichung und Beispiele

8.3. Informationen vor Vertragsabschluss

- 8.3.1. Verkaufsklassen
- 8.3.2. Nicht-lebensbezogene Versicherung
- 8.3.3. Lebensversicherung

8.4. Vorvertragliche Informationen für versicherungsbasierte Anlageprodukte

- 8.4.1. Versicherungsbasierte Anlageprodukte
- 8.4.2. Informationen über versicherungsbasierte Anlageprodukte
- 8.4.3. Verkaufsklassen

8.5. Modalitäten der Informationsübermittlung

- 8.5.1. Allgemeine Anforderungen
- 8.5.2. Fernabsatz
- 8.5.3. Besondere Anforderungen für versicherungsbasierte Anlageprodukte

8.6. Werbung im Versicherungsgeschäft

- 8.6.1. Allgemeine Grundsätze und Vorbehalt der Benennung
- 8.6.2. Werbung von Versicherungsgesellschaften
- 8.6.3. Werbung durch Versicherungsmakler

8.7. Interessenkonflikte im Versicherungsvertrieb

- 8.7.1. Aufdeckung von Interessenkonflikten
- 8.7.2. Politik bei Interessenkonflikten
- 8.7.3. Aktionsverfahren

8.8. Entlohnung und Anreize

- 8.8.1. Allgemeiner Grundsatz
- 8.8.2. Vergütungskonzept
- 8.8.3. Vergütungen und Anreize bei versicherungsbasierten Anlageprodukten

8.9. Gemeinsamer Verkauf mit Nicht-Versicherungsprodukten

- 8.9.1. Kombinierte und verbundene Verkaufspraxis: Berichtspflichten
- 8.9.2. Kombinierte Verkäufe
- 8.9.3. Gebundene Verkäufe

8.10. Produktlebenszyklus und Governance

- 8.10.1. Produktdesigner für Versicherungen
- 8.10.2. Governance-Anforderungen für Designer. Projektlebenszyklus
- 8.10.3. Governance-Anforderungen für Händler von Nicht-Designer-Produkten

Modul 9. Besteuerung in der Versicherungswirtschaft. Direkte Steuern

9.1. Direkte Besteuerung

- 9.1.1. Steuern im Rahmen der direkten Steuern
- 9.1.2. Direkte Steuern als nachhaltige Wertschöpfung (ESG)
- 9.1.3. Allgemeine und besondere Vorschriften für direkte Steuern

9.2. Besteuerung von Versicherungsgesellschaften

- 9.2.1. Besteuerung von Versicherungsgesellschaften. Wichtige Konzepte
- 9.2.2. Besonderheiten für Versicherer
- 9.2.3. Berichterstattung in einer steuerlichen Konsolidierungsgruppe mit einem beherrschenden Versicherungsunternehmen

9.3. Buchhaltung: Kontenplan für Versicherungsgesellschaften / IFS

- 9.3.1. Sektorspezifische Anpassung
- 9.3.2. Jahresabschlüsse und Prämienvolumen
- 9.3.3. Widerspiegelung in der Körperschaftssteuerregelung

9.4. Körperschaftssteuer I - Internationale Besteuerung

- 9.4.1. Anpassungen der Steuerbemessungsgrundlage: versicherungstechnische Rückstellungen
- 9.4.2. Verrechnung von steuerlichen Verlusten: Steuergruppe
- 9.4.3. Kapitalisierungsrücklage

9.5. Körperschaftssteuer II - Internationale Besteuerung

- 9.5.1. Ermittlung der Gesamtsteuerschuld
- 9.5.2. Abzüge und Freibeträge
- 9.5.3. Abzugsgrenzen und künftige Aufrechnungen

9.6. Formblatt 200 und 220 und entsprechende Formulare in anderen Rechtsordnungen

- 9.6.1. Besonderheiten des Modells
- 9.6.2. Anhänge und ergänzende Erklärungen
- 9.6.3. Fristen und Einreichung

9.7. Investitionen in GIEs

- 9.7.1. Beziehungen zur Versicherungswirtschaft
- 9.7.2. Verwandte Steuerfragen
- 9.7.3. Umkehr und zu berücksichtigende spezifische Aspekte

9.8. Sonstige direkte Steuern

- 9.8.1. Besondere Merkmale der IS-Ratenzahlungen
- 9.8.2. Unternehmensumstrukturierungen
- 9.8.3. Referenzwert für andere direkte Steuern

9.9. Berichterstattung: Zusammenhang mit direkten Steuern

- 9.9.1. SII
- 9.9.2. Bericht nach Ländern
- 9.9.3. DAC6

9.10. IS-Kontrollen. Schlüsselaspekte

- 9.10.1. Schlüsselthemen bei IS-Inspektionen
- 9.10.2. Verwandte Transaktionen
- 9.10.3. Direkte Steuern in der Welt. Neuheiten für 2023

Modul 10. Besteuerung. Indirekte Steuern

10.1. Gesetzgebung der Gemeinschaft. Ursprung der Freistellung

- 10.1.1. Mehrwertsteuer in der Europäischen Union
- 10.1.2. Richtlinie 2006/112/CE
- 10.1.3. Auswirkungen der Freistellung

10.2. Beschränkungen des Abzugs von indirekten Steuern nach Ländern

- 10.2.1. Indirekte Steuern als Kosten
- 10.2.2. Anteilige und differenzierte Sektoren
- 10.2.3. Mindestabzug

10.3. Europäische wirtschaftliche Interessenvereinigungen (EWIV)

- 10.3.1. Die EWIV
- 10.3.2. EWIV im Versicherungssektor
- 10.3.3. Die Mehrwertsteuerbefreiung und ihre Entwicklung im gemeinschaftlichen Umfeld

10.4. Zweigstellen in der Versicherungsbranche

- 10.4.1. Filiale vs. Zweigstelle
- 10.4.2. Matrixoperationen - Zweigstelle
- 10.4.3. Praktische Risiken

10.5. Sonderregelung für die Gruppe der Unternehmen (SGU)

- 10.5.1. Die SGU
- 10.5.2. Die SGU im Versicherungssektor
- 10.5.3. SGU vs. EWIV (Europäische Wirtschaftliche Interessenvereinigung)

10.6. Leasing und Versicherung

- 10.6.1. Urteil des EuGH: BGŻ Leasing - Rechtssache C-224/11
- 10.6.2. Leasing als komplexer Vertrag
- 10.6.3. Versicherungsformeln im Leasing

10.7. Selbstversicherung

- 10.7.1. Elemente der Versicherung
- 10.7.2. Ansatz zur Selbstversicherung
- 10.7.3. Selbstversicherung und Leasing

10.8. Internationale Schadenregulierung

- 10.8.1. Management im Rahmen der Mediation
- 10.8.2. Entwicklungen bei der Behandlung der Mehrwertsteuer
- 10.8.3. Grenzüberschreitende Ansprüche und Korrespondenten

10.9. Kontaktzentrum, externe Partner und Vermittler

- 10.9.1. Kontaktzentrum, externe Partner und Vermittler. Funktionen
- 10.9.2. Entwicklungen bei seiner steuerlichen Behandlung
- 10.9.3. Praktische Risiken

10.10. Versicherungsprämiensteuer in Europa

- 10.10.1. Versicherungsprämiensteuer in Europa. Konzept
- 10.10.2. Verbindungspunkte im Sinne der Lokalisierungsregeln
- 10.10.3. Steuersätze in Europa

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, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten

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

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

13.1. Wirtschaftliches Umfeld

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

13.2. Buchhaltung

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

13.3. Informationssysteme und Business Intelligence

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

13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

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

13.5. Finanzmanagement

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

13.6. Finanzielle Planung

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

13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie

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

13.8. Strategische Finanzierungen

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

13.9. Finanzanalyse und -planung

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

13.10. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen

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

Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing

14.1. Kaufmännisches Management

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

14.2. Marketing

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

14.3. Strategisches Marketingmanagement

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

14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel

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

14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke

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

14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden

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

14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen

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

14.8. Verkaufsstrategie

- 14.8.1. Verkaufsstrategie
- 14.8.2. Verkaufsmethoden

14.9. Unternehmenskommunikation

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

14.10. Kommunikation und digitaler Ruf

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

Modul 15. Geschäftsleitung

15.1. General Management

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

15.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und 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



“

Spezialisierte Lektüre wird Teil der multimedialen Ressourcen sein, mit denen Sie die wirtschaftliche Bilanz unter Solvenz II analysieren werden"

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.

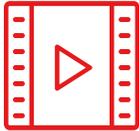
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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.



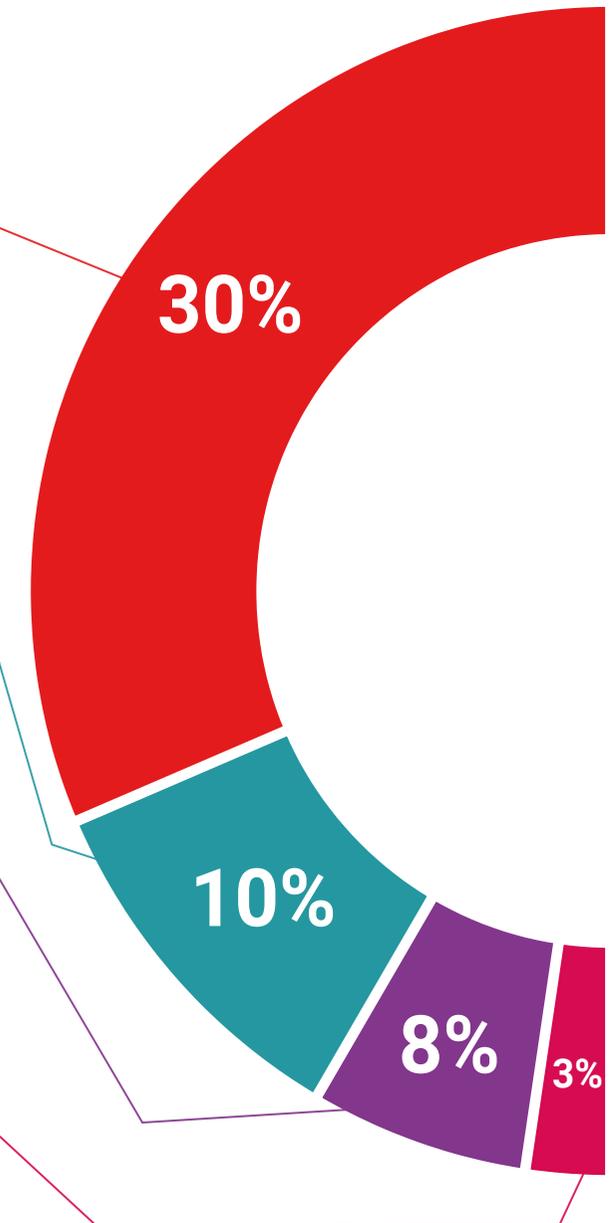
Übungen zu Managementfähigkeiten

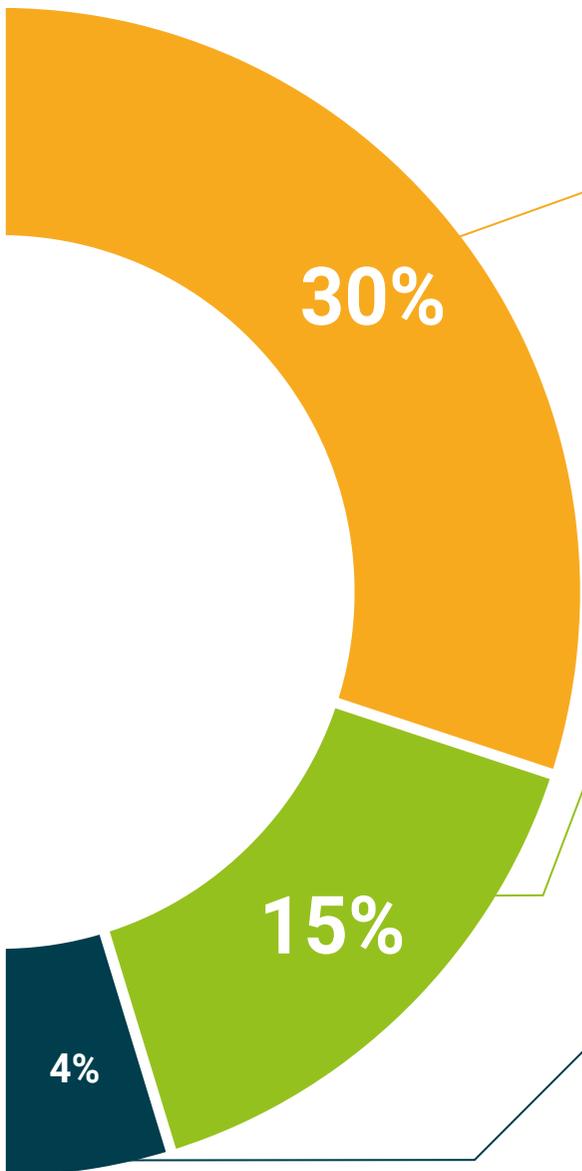
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Finanzen, Wirtschaft, Volkswirtschaft oder Informatik erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich Versicherungen können den Executive Master absolvieren.





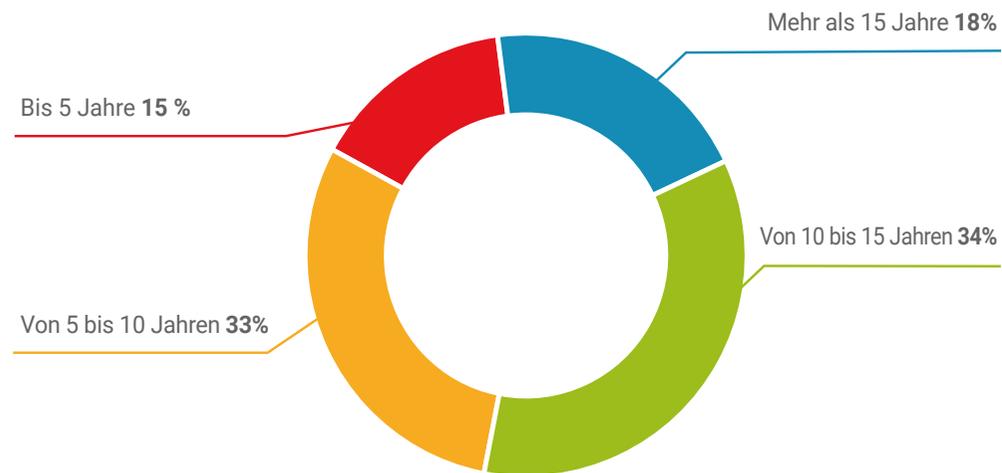
“

*Sie erwerben die notwendigen Fähigkeiten,
um strategische Entscheidungen zu treffen
und den Unternehmenserfolg zu sichern"*

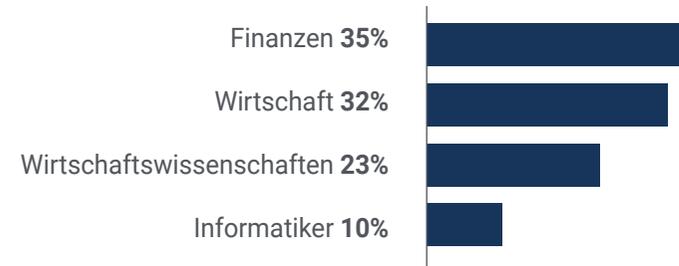
Durchschnittliches Alter

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

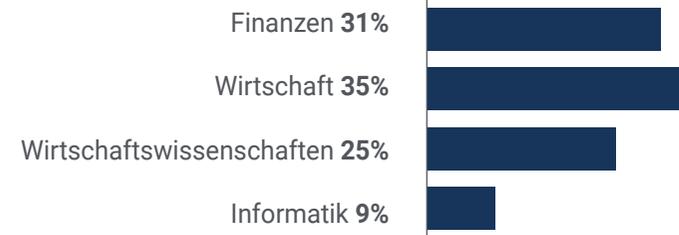
Jahre der Erfahrung



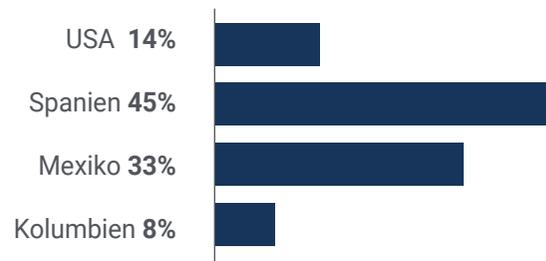
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Santiago Ramírez

Risikoanalyst in einem Bankinstitut

"Die Erfahrung war wirklich bereichernd und nützlich, da ich die Möglichkeit hatte, Fachwissen in der Versicherungsbranche zu erwerben und meine beruflichen Fähigkeiten zu stärken. Ich konnte meine Arbeit mit diesem Masterstudiengang verbinden, und es hat mir Spaß gemacht, weil es die Theorie mit anderen Formaten verbindet"

09

Kursleitung

Im Rahmen ihres Engagements für eine exzellente Weiterbildung hat die TECH ein hochkarätiges Dozententeam für dieses Programm gewonnen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Studenten Zugang zu Kursen haben, die von anerkannten Experten mit umfassender Erfahrung in den Bereichen Versicherung, Steuern und Recht gehalten werden. Auf diese Weise können sie sicher sein, dass sie eine hochwertige Qualifikation erhalten, die sie zu herausragenden Leistungen anspornt und ihnen einen schnellen Karrierefortschritt ermöglicht.



A black and white photograph showing three people from a high angle, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the right side of the page.

“

*Sie werden die Geheimnisse eines effizienten
Versicherungsvertriebs entdecken und dank
TECH Ihr berufliches Potenzial maximieren“*

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 Luminat für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

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



Hr. Gram, Mick

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



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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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



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

Leitung



Fr. Cano Guerrero, Yolanda

- ♦ Verantwortlicher Partner für VAT und VATech bei BLN Palao
- ♦ Verantwortlich für den Finanzsektor, Banken, Versicherungen, Vermögen und Vermögensverwaltung
- ♦ Strategische Beraterin im Bereich der Mehrwertsteuer Projekte zur Risikooptimierung und -sanierung
- ♦ Spezialistin für DAC7 und PSP-Berichterstattung
- ♦ Expertin für Steuer- und Kontrollverfahren
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftsrecht von der Universität San Pablo.
- ♦ Masterstudiengang in Steuerberatung für Berufstätige an der IE University
- ♦ Legal Leadership Development Executive Program an der Harvard Law School
- ♦ Partnerin von Women in a Legal World

Professoren

Hr. Cabrerizo Pardo, Jorge

- ♦ Versicherungsmathematiker bei Mapfre
- ♦ Versicherungsmathematiker für Solvenz II/IFRS17 bei Mapfre
- ♦ Bereich Geschäftsentwicklung Einzelleben bei Mapfre
- ♦ Referent auf der 4. Konferenz über Versicherungsmathematik bei ICEA
- ♦ Experte in Unternehmensführungstechniken von der Universität Francisco de Vitoria
- ♦ Fortgeschrittenenkurs in Big Data für Unternehmens- und Marketingmanagement von CEF
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management an der Universität von Alcalá
- ♦ Masterstudiengang in Solvenz II an der Universität von Barcelona
- ♦ Masterstudiengang in Versicherungsmathematik und Finanzwissenschaften von der Universität Carlos III von Madrid

Hr. Mendizábal, Germán

- ♦ Staatlicher Versicherungsinspektor in der Untergeneraldirektion für Genehmigungen
- ♦ Fachkraft im Bereich der Inspektionsteams für Lebensversicherungen und Renten in der Generaldirektion für Inspektion und der Generaldirektion für Versicherungen und Rentenfonds
- ♦ Fachkraft für den Bereich Marktverhalten in der Untergeneraldirektion für Zulassungen
- ♦ Verantwortlich für das Auswahlverfahren für die Aufnahme in das Senior Corps of State Insurance Inspectors
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaft an der Universität des Baskenlandes
- ♦ Hochschulabschluss in Versicherungsmathematik und Finanzwissenschaften an der Universität des Baskenlandes

Fr. Palacios Barrera, Ana

- ♦ *Risk Manager* bei ARAG SE
- ♦ Direktorin der Internen Revision bei ARAG SE
- ♦ Inspektorin für Versicherungsgesellschaften in der Obergabichtsbehörde für Banken und Versicherungen
- ♦ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften von der Universität von Lima
- ♦ Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre MBA an der ESADE
- ♦ Masterstudiengang in Digitales Risikomanagement und Cybersicherheit an der EALDE Business School
- ♦ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Managementkontrolle an der ESADE
- ♦ Masterstudiengang in Solvenz II an der Universität von Barcelona

Hr. Corvillo Díaz, Rafael

- ♦ Rechtsanwalt mit Spezialisierung auf den rechtlich-gesundheitlichen Rahmen
- ♦ Rechtsanwalt bei CORVILLO ABOGADOS, S.L.P.
- ♦ Schöpfer des Tools Ius Pro-Health®
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von Extremadura
- ♦ Masterstudiengang in Gesundheitsrecht an der Universität CEU San Pablo
- ♦ Zivil- und Handelsmediator von der UEX

Hr. Pedrera Rosado, Alejandro

- ♦ Mitgründer und Chief Legal Officer von Hesperian Wares LLC
- ♦ Beauftragter für Partnerships bei Factorial
- ♦ Experte für die Digitalisierung des Rechts
- ♦ Masterstudiengang für den Zugang zum Rechtsberuf an der Universität von Extremadura
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von Extremadura

Hr. Núñez Mejías, José María

- ♦ Rechtsanwalt und Redakteur von juristischen Artikeln bei Derecho Virtual
- ♦ Chefredakteur und Skriptschreiber von Artikeln bei Derecho Virtual

- ♦ Masterstudiengang in Rechtswissenschaften an der Universität von Cáceres
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von Cáceres

Hr. Nova Rebanales, Rubén

- ♦ Versicherungsmathematischer Leiter bei Telefónica Seguros
- ♦ Versicherungsmathematischer Berater bei Milliman Consultants and Actuaries
- ♦ Versicherungsmathematischer Berater bei Mercer der Marsh Mc Lennan Companies
- ♦ Versicherungsmathematiker für Nicht-Leben bei Asemas
- ♦ Finanzkontrolleur im Head Office der Mercure Hotels
- ♦ Datenanalyst für Centro de Familias Emprendedoras in Monterrey
- ♦ Vizepräsident des Nationalen Verbands für Digitalisierung und Blockchain
- ♦ Präsident der Vereinigung der Versicherungsmathematiker UC3M der Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Schulungen für Führungskräfte im Bereich der digitalen Transformation im Versicherungssektor und der digitalen Risiken für Banken und Versicherungen
- ♦ Hochschulabschluss in Finanzen und Buchführung an der Universität von Extremadura
- ♦ Masterstudiengang in Versicherungsmathematik und Finanzwissenschaften von der Universität Carlos III von Madrid

Hr. Ibáñez Siles, Juan

- ♦ Anwalt mit Spezialisierung auf indirekte Steuern bei BLN Palao Abogados
- ♦ Techniker für spezielle Steuern bei Grupo Mahou-San Miguel
- ♦ Praktikum in den Kanzleien Martos, Herreros y Muñoz Abogados, María González Risoto Abogados und Lexer M.C Gestión y Recobros
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von Jaén
- ♦ Masterstudiengang für den Zugang zum Rechtsberuf an der Universität von Jaén
- ♦ Masterstudiengang in Steuerberatung an der Internationalen Universität von La Rioja
- ♦ Masterstudiengang in internationaler Steuerberatung, Institut für Recht und Wirtschaft
- ♦ Mitglied der Vereinigung der Jurastudenten von Jaén

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieser Abschluss wird sich erheblich auf die Karriere eines Wirtschaftsexperten auswirken, da er die Türen zu Beschäftigungsmöglichkeiten, Beförderungen, der Entwicklung strategischer Fähigkeiten und dem Aufbau eines beruflichen Kontaktnetzwerks öffnet. Darüber hinaus ist er besser darauf vorbereitet, höhere und verantwortungsvollere Positionen in den Unternehmen zu übernehmen, für die er arbeitet.





“

Sie werden entscheidende Kompetenzen entwickeln, um Integrität und Ethik in der Versicherungsbranche zu bewahren"

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der MBA in Management der Versicherungsbranche von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Finanzbereich vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

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

Bei TECH werden Sie zu einem Experten für die Einhaltung von Vorschriften und die internationale Unternehmensführung im Versicherungssektor.

Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, sich in einem Online-Format auf die Versicherungsbranche zu spezialisieren.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **27,19%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Die Fachkraft, die sich für diesen Executive Master bei TECH entscheidet, wird in der Lage sein, das Unternehmen aufgrund ihrer Rolle in den Bereichen Risikomanagement, finanzieller Schutz, Einhaltung von Vorschriften, Kundenbeziehungen und strategische Entscheidungsfindung verantwortungsvoll zu führen. Ebenso hilft ein effizientes Management in diesem Bereich der Organisation, sicher zu arbeiten, ihr Vermögen zu schützen, die Vorschriften einzuhalten, die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen und fundierte Entscheidungen für ihr Wachstum und ihren Erfolg zu treffen.





“

*Sie werden in der Welt der Versicherungen herausragen
und sich eine vielversprechende Zukunft in dieser
ständig wachsenden Branche sichern"*

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 Management der Versicherungsbranche 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 Management der Versicherungsbranche** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

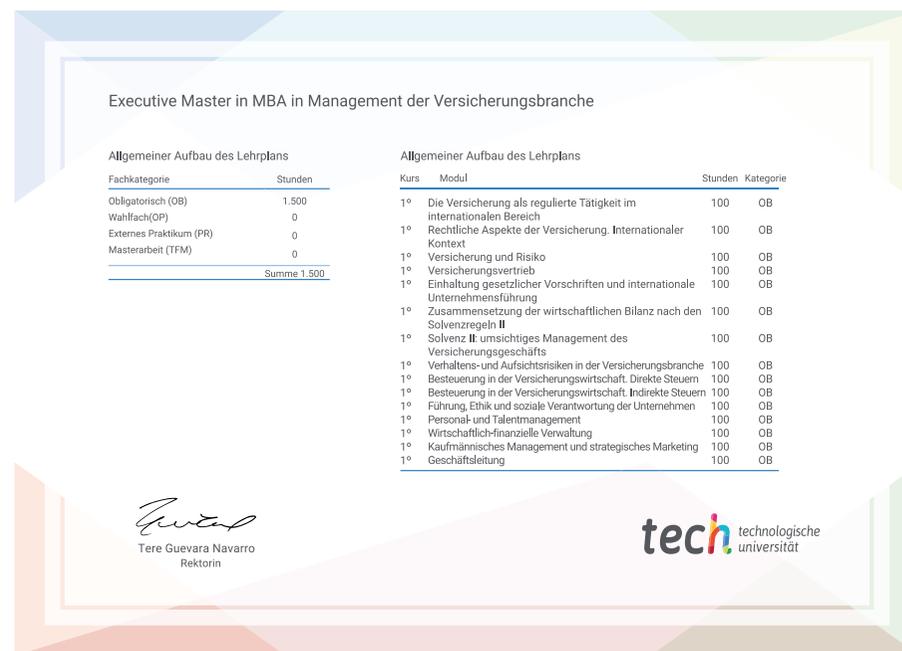
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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 in MBA in Management der Versicherungsbranche**

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 Management der Versicherungsbranche

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

Executive Master

MBA in Management der
Versicherungsbranche

