

Executive Master

MBA in Management von Videospielunternehmen

M B A M V



Executive Master MBA in Management von Videospieleunternehmen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen im Bereich der Betriebswirtschaftslehre, die ihren beruflichen Lebenslauf erweitern und sich die notwendigen Fähigkeiten aneignen möchten, um ein Geschäftsmodell in der Videospielebranche zu leiten

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

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 18

06

Struktur und Inhalt

Seite 24

07

Methodik

Seite 38

08

Profil unserer Studenten

Seite 46

09

Kursleitung

Seite 50

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 70

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 74

12

Qualifizierung

Seite 78

01

Willkommen

Die Videospieleindustrie erwirtschaftet jedes Jahr Hunderte von Millionen Dollar. Obwohl dieser Sektor vor Jahrzehnten ausschließlich auf Konsolen und Computer ausgerichtet war, hat die Entwicklung von Online-Plattformen sowie der Mobiltelefonie ein sehr großes Expansionsgebiet und eine Geschäftsmöglichkeit für Unternehmen und Unternehmer mit sich gebracht, die ihre Rentabilität steigern wollen.

Dies ist der Grund für die Schaffung dieses Studiengangs, der darauf abzielt, Manager und Studenten mit zukünftigen Projekten fortzubilden und ihnen die notwendigen Konzepte und Fähigkeiten zu vermitteln, um ein auf Videospiele ausgerichtetes Unternehmen erfolgreich zu führen. Ein 100%iger Online-Abschluss, der von jedem Gerät aus zugänglich ist, 24 Stunden am Tag zur Verfügung steht und perfekt für Berufstätige ist, die ihr Berufsleben mit ihrem akademischen Leben in Einklang bringen müssen.



MBA in Management von Videospieleunternehmen
TECH Technologische Universität



“

Wenn Sie in der Videospiegelbranche erfolgreich sein wollen, wird Ihnen dieses Programm die Schlüssel zum Erfolg in kürzerer Zeit liefern, als Sie erwarten"

02

Warum an der TECH studieren?

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



“

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

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

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

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



Maximalforderung

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

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



Networking

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

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

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

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

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

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



Multikultureller Kontext

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

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



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



Analyse

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



Akademische Spitzenleistung

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



Skaleneffekt

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



Mit den Besten lernen

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

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



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

03

Warum unser Programm?

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

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



“

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

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

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

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

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

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

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

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

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

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

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

04

Übernahme neuer Verantwortung

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

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

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

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

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

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

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

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

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

04 Ziele

Dieses Programm wurde mit dem Ziel entwickelt, den Studenten die notwendigen Managementfähigkeiten zu vermitteln, die sie in die Lage versetzen, ihr Unternehmen zum Erfolg zu führen, ihre Rentabilität zu steigern und sich dem Wettbewerb zu stellen. Es handelt sich um ein umfassendes Programm, das sie anleitet und ihnen das notwendige Wissen und die grundlegenden Strategien vermittelt, um im Management von Videospieleunternehmen zu wachsen und erfolgreich zu sein.



“

Mit diesem Abschluss werden Sie über die notwendige Qualifizierung verfügen, um sich für Führungspositionen in großen Unternehmen der Videospiegelbranche wie Blizzard oder Ubisoft zu bewerben"

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

Der **MBA in Management von Videospieleunternehmen** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Entwickeln eines Plans für die Gründung von Unternehmen, die auf den Markt für Videospiele ausgerichtet sind

04

Gründliches Kennen des Sektors, um realistische Projekte auf der Grundlage der aktuellen Geschäftslage zu entwerfen

02

Durchführen und Verwalten von Projekten



03

Erarbeiten von Geschäftsstrategien für die Branche

05

Erkennen der aufkommenden Technologien und Innovationen in der Branche als Geschäftsmöglichkeit

06

Beherrschen der Funktionsbereiche von Unternehmen im Bereich der Videospiele

08

Entwickeln optimaler und angemessener Managementfähigkeiten



09

Vertiefen des Verständnisses für die positiven Auswirkungen auf das richtige Projektmanagement und die Teamführung

07

Durchführen von Marketing- und Verkaufsstrategien mit hohem Produktivitätspotenzial

10

Entwickeln von umfassenden kaufmännischen Kompetenzen in Schlüsselprozessen, um die Verkaufskapazität und die Geschäftsmöglichkeiten zu erhöhen

05

Kompetenzen

Mit dem Abschluss dieses Executive Masters werden die Absolventen eine Reihe von beruflichen Kompetenzen erwerben, die sie in ihrem eigenen Unternehmen einsetzen können. Sie werden nicht nur ihre Management- und Führungsfähigkeiten exponentiell verbessern, sondern das fundierte Wissen über den Sektor wird ihnen helfen, eine neue Geschäftsperspektive zu entwickeln, mit der sie Ihre Strategie perfektionieren und letztendlich ihre Erfolgchancen im Videospielektor erhöhen können. Andererseits ermöglicht die berufliche Weiterentwicklung den Absolventen, sich für relevantere Positionen in konsolidierten Unternehmen zu entscheiden.





“

Das Management von Videospieleunternehmen zu meistern, liegt in Ihrer Reichweite. Überlegen Sie nicht länger und investieren Sie in einen Abschluss, der es Ihnen ermöglicht, Ihr Unternehmen an die Spitze zu bringen"

01

Entwickeln von Geschäftsstrategien für digitale und Videospieleunternehmen

02

Beherrschen der Managementbereiche von digitalen und Videospieleunternehmen

03

Vertiefen der Kenntnisse über die Gestaltung von Videospieleprojekten

04

Kennen des Ökosystems der Videospieleindustrie im Detail

05

Erlernen der Technologien im Dienste der Videospiele, aus geschäftlicher Sicht



06

Umfassendes Kennen der Auswirkungen von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen

08

Verstehen der wichtigsten Aspekte der Gründung von Videospieleunternehmen

09

Erwerben hoher Standards bei neuen Technologien und Innovationen in der Videospielebranche

07

Analysieren des finanziellen und wirtschaftlichen Managements eines Videospieleunternehmens

10

Erwerben der komplexesten Fähigkeiten und Kompetenzen, um Geschäftsmodelle und Projekte im Bereich der Videospiele zu leiten



11

In der Lage sein, sich in den strategischen Bereich von digitalen und Videospieleunternehmen zu vertiefen

14

Begründen der Ziele und Funktionen des strategischen Managements in digitalen und Videospieleunternehmen

12

Analysieren von Aspekten wie dem Strategieprozess und der Notwendigkeit, die verschiedenen für die Strategieformulierung erforderlichen Variablen zu analysieren



13

Kennen der Instrumente für die Analyse des Videospielesektors, der Wettbewerbsposition und des wirtschaftlichen Umfelds

15

Berücksichtigen der Elemente, die die Struktur des Sektors und der jeweiligen Wertschöpfungskette ausmachen

16

Überprüfen der Elemente der Wertschöpfungskette von Videospiele

18

Arbeiten an den Berufsprofilen der Videospielebranche und der professionellen E-Sport-Vereine

19

Entwickeln des Entwurfs eines digitalen Marketingplans

17

Erzielen von Mehrwert in Bereichen wie E-Commerce

20

Betonen der Disziplinen Verkehr und Publikumsgewinnung für die Verbreitung von Werbebotschaften



06

Struktur und Inhalt

Dieser Studiengang wurde auf der Grundlage der neuesten und praktischsten Informationen entwickelt, die von den Lehrkräften empfohlen wurden. Die Studenten werden die Inhalte des Programms als nützlich, innovativ und umfassend empfinden, die ihnen alles bieten, was sie brauchen, um ihre beruflichen Fähigkeiten zu verbessern und folglich ihre Unternehmensziele zu erreichen. Darüber hinaus werden sie im virtuellen Klassenzimmer zusätzliches Material in audiovisuellem Format, ergänzende Lektüre und Fallstudien finden, die es ihnen ermöglichen werden, ihr Wissen zu erweitern und ihre Managementfähigkeiten weiter zu verbessern.



“

Ein 100%iges Online-Programm, das Ihnen eine realistische, verlässliche und aktuelle Vision des Geschäftsmodells von Videospieleunternehmen vermittelt und aus dem Sie das Beste machen können, um Ihr eigenes Projekt erfolgreich zu managen"

Lehrplan

Der MBA in Management von Videospieldunternehmen der TECH Technologische Universität vermittelt den Studenten durch sein intensives Programm die notwendigen Konzepte, die es ihnen ermöglichen werden, ihre beruflichen Ziele zu erreichen und sich den Herausforderungen zu stellen, die sich im Bereich der Unternehmensführung ergeben, in diesem Fall in Projekten, die auf den Sektor der Videospiele ausgerichtet sind.

Das Studium, das sich auf 15 Module und 2.700 Unterrichtsstunden verteilt, besteht nicht nur aus einem vollständigen, aktuellen und kontrastreichen theoretischen Inhalt, sondern wird von einer Vielzahl von audiovisuellem Material begleitet. Dieses Material umfasst Fallstudien, anhand derer die Studenten in der Lage sein werden, das erlernte Wissen anzuwenden und auf der Grundlage ihrer eigenen persönlichen und akademischen Erfahrungen eine kritische Fähigkeit zu entwickeln.

Darüber hinaus steht ihnen das gesamte Programm von Beginn an zur Verfügung, so dass sie ihre Studienzeit nach ihren persönlichen und beruflichen Möglichkeiten gestalten können. Eine Fortbildung, die sich an Berufstätige richtet und auf die Verbesserung ihrer Fähigkeiten und Kompetenzen ausgerichtet ist. Es handelt sich also um ein Programm, mit dem hervorragende Leistungen auf dem Gebiet des Managements von Videospieldunternehmen erzielt werden können.

Der MBA in Management von Videospieldunternehmen erstreckt sich über 12 Monate und ist in 15 Module unterteilt:

Modul 1	Strategie in digitalen Unternehmen und Videospiele
Modul 2	Management von Videospieldunternehmen
Modul 3	Digitales Marketing und digitale Transformation von Videospiele
Modul 4	Gründung von Videospieldunternehmen
Modul 5	Projektmanagement
Modul 6	Innovation
Modul 7	Finanzielle Verwaltung
Modul 8	Kaufmännisches Management
Modul 9	E-Sport-Management
Modul 10	Führung und Talentmanagement
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 von Videospielunternehmen 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. Strategie in digitalen Unternehmen und Videospiele

<p>1.1. Digitale Unternehmen und Videospiele</p> <p>1.1.1. Bestandteile der Strategie 1.1.2. Digitales und Videospiele-Ökosystem 1.1.3. Strategische Positionierung</p>	<p>1.2. Der Strategieprozess</p> <p>1.2.1. Strategische Analyse 1.2.2. Auswahl der strategischen Alternativen 1.2.3. Implementierung der Strategie</p>	<p>1.3. Strategische Analyse</p> <p>1.3.1. Intern 1.3.2. Extern 1.3.3. SWOT- und CAME-Matrix</p>	<p>1.4. Analyse des Videospielesektors</p> <p>1.4.1. Modell der 5 Kräfte von Porter 1.4.2. PESTEL-Analyse 1.4.3. Segmentierung der Sektoren</p>
<p>1.5. Analyse der Wettbewerbsposition</p> <p>1.5.1. Strategischen Wert schaffen und monetarisieren 1.5.2. Nischensuche vs. Marktsegmentierung 1.5.3. Nachhaltigkeit der Wettbewerbspositionierung</p>	<p>1.6. Analyse des wirtschaftlichen Umfelds</p> <p>1.6.1. Globalisierung und Internationalisierung 1.6.2. Investitionen und Ersparnisse 1.6.3. Indikatoren für Produktion, Produktivität und Beschäftigung</p>	<p>1.7. Strategisches Management</p> <p>1.7.1. Ein Rahmen für die Strategieanalyse 1.7.2. Analyse des sektoralen Umfelds, der Ressourcen und Kapazitäten 1.7.3. Umsetzung der Strategie</p>	<p>1.8. Formulierung der Strategie</p> <p>1.8.1. Unternehmensstrategie 1.8.2. Allgemeine Strategien 1.8.3. Kundenstrategien</p>
<p>1.9. Implementierung der Strategie</p> <p>1.9.1. Strategische Planung 1.9.2. Kommunikation und organisatorisches Beteiligungssystem 1.9.3. Änderungsmanagement</p>	<p>1.10. Die neuen strategischen Unternehmen</p> <p>1.10.1. Blue-Ocean-Strategie 1.10.2. Die Ausschöpfung der inkrementellen Verbesserung der Wertkurve 1.10.3. Null-Grenzkosten-Geschäft</p>		

Modul 2. Management von Videospieleunternehmen

<p>2.1. Sektor und Wertschöpfungskette</p> <p>2.1.1. Wert im Unterhaltungssektor 2.1.2. Elemente der Wertschöpfungskette 2.1.3. Beziehung zwischen den einzelnen Elementen der Wertschöpfungskette</p>	<p>2.2. Videospieentwickler</p> <p>2.2.1. Der konzeptuelle Vorschlag 2.2.2. Kreatives Design und Storyline 2.2.3. Technologien für die Entwicklung von Videospiele</p>	<p>2.3. Hersteller von Konsolen</p> <p>2.3.1. Komponenten 2.3.2. Typologie und Hersteller 2.3.3. Erzeugung von Konsolen</p>	<p>2.4. Publishers</p> <p>2.4.1. Auswahl 2.4.2. Entwicklungsmanagement 2.4.3. Erzeugung von Produkten und Dienstleistungen</p>
<p>2.5. Vertriebshändler</p> <p>2.5.1. Vereinbarungen mit Vertriebshändlern 2.5.2. Vertriebsmodelle 2.5.3. Vertriebslogistik</p>	<p>2.6. Einzelhändler</p> <p>2.6.1. Einzelhändler 2.6.2. Verbraucherorientierung und Engagement 2.6.3. Beratungsdienste</p>	<p>2.7. Hersteller von Zubehörteilen</p> <p>2.7.1. Gaming-Zubehör 2.7.2. Markt 2.7.3. Trends</p>	<p>2.8. Middleware-Entwickler</p> <p>2.8.1. Middleware in der Videospieleindustrie 2.8.2. Middleware-Entwicklung 2.8.3. Middleware: Typologie</p>
<p>2.9. Berufsprofile im Bereich der Videospiele</p> <p>2.9.1. Game Designers und Programmierer 2.9.2. Modellierer und Texturierer 2.9.3. Animatoren und Illustratoren</p>	<p>2.10. Professionelle E-Sport-Vereine</p> <p>2.10.1. Der Verwaltungsbereich 2.10.2. Der Sportbereich 2.10.3. Der Bereich der Kommunikation</p>		

Modul 3. Digitales Marketing und digitale Transformation von Videospielen
3.1. Digitale Marketingstrategie

- 3.1.1. *Customer Centric*
- 3.1.2. *Customer Journey* und *Marketing-Funnel*
- 3.1.3. Entwurf und Erstellung eines digitalen Marketingplans

3.2. Digitale Vermögenswerte

- 3.2.1. Web-Architektur und -Design
- 3.2.2. Kundenerfahrung - CX
- 3.2.3. *Mobile Marketing*

3.3. Digitale Medien

- 3.3.1. Medienstrategie und -planung
- 3.3.2. *Display* und *Programmatic Advertising*
- 3.3.3. Digitales Fernsehen

3.4. Search

- 3.4.1. Entwicklung und Umsetzung einer *Search-Strategie*
- 3.4.2. SEO
- 3.4.3. SEM

3.5. Social Media

- 3.5.1. Konzeption, Planung und Analyse einer *Social-Media-Strategie*
- 3.5.2. Marketingtechniken für horizontale soziale Netzwerke
- 3.5.3. Marketingtechniken für vertikale soziale Netzwerke

3.6. Inbound Marketing

- 3.6.1. *Funnel* des *Inbound Marketing*
- 3.6.2. Generierung von *Content Marketing*
- 3.6.3. *Lead-Generierung* und -Management

3.7. Account Based Marketing

- 3.7.1. B2B-Marketingstrategie
- 3.7.2. *Decision Maker* und Kontaktkarte
- 3.7.3. Plan für *Account Based Marketing*

3.8. E-Mail-Marketing und Landing Pages

- 3.8.1. Merkmale des E-Mail-Marketings
- 3.8.2. Kreativität und *Landing Pages*
- 3.8.3. E-Mail-Marketing-Kampagnen und Aktionen

3.9. Marketing-Automatisierung

- 3.9.1. *Marketing Automation*
- 3.9.2. *Big Data* und KI für das Marketing
- 3.9.3. Wichtigste *Marketing-Automation-Lösungen*

3.10. Metriken, KPIs und ROI

- 3.10.1. Schlüsselkennzahlen und KPIs für digitales Marketing
- 3.10.2. Messlösungen und -instrumente
- 3.10.3. Berechnung und Überwachung des ROI

Modul 4. Gründung von Videospielunternehmen
4.1. Unternehmertum

- 4.1.1. Unternehmensstrategie
- 4.1.2. Das Unternehmensprojekt
- 4.1.3. Agile Methoden des Unternehmertums

4.2. Technologische Innovationen bei Videospielen

- 4.2.1. Innovationen bei Konsolen und Peripheriegeräten
- 4.2.2. Innovation im Bereich *Motion Capture* und *Live Dealer*
- 4.2.3. Innovation in Grafik und Software

4.3. Der Geschäftsplan

- 4.3.1. Segmente und Wertversprechen
- 4.3.2. Wichtige Prozesse, Ressourcen und Partnerschaften
- 4.3.3. Kanäle für Interaktion und Kundenbeziehungen

4.4. Investition

- 4.4.1. Investitionen in der Videospielindustrie
- 4.4.2. Entscheidende Aspekte für die Erfassung von Investitionen
- 4.4.3. *Startup-Finanzierung*

4.5. Finanzen

- 4.5.1. Umsätze und Effizienzsteigerungen
- 4.5.2. Betriebs- und Kapitalausgaben
- 4.5.3. Die Gewinn- und Verlustrechnung und die Bilanz

4.6. Produktion von Videospielen

- 4.6.1. Instrumente zur Produktionssimulation
- 4.6.2. Geplantes Produktionsmanagement
- 4.6.3. Verwaltung der Produktionskontrolle

4.7. Betriebsmanagement

- 4.7.1. Gestaltung, Standort und Wartung
- 4.7.2. Qualitätsmanagement
- 4.7.3. Bestandsaufnahme und *Supply Chain Management*

4.8. Neue Online-Vertriebsmodelle

- 4.8.1. Online-Logistik-Modelle
- 4.8.2. Direkte Online-Bereitstellung und SaaS
- 4.8.3. *Droshipping*

4.9. Nachhaltigkeit

- 4.9.1. Nachhaltige Wertschöpfung
- 4.9.2. ESG (Umwelt, Soziales und Governance)
- 4.9.3. Nachhaltigkeit in der Strategie

4.10. Rechtliche Aspekte

- 4.10.1. Geistiges Eigentum
- 4.10.2. Gewerbliches Eigentum
- 4.10.3. Allgemeine Datenschutzverordnung

Modul 5. Projektmanagement

5.1. Lebenszyklus von Videospieldprojekten

- 5.1.1. Konzeptions- und Vorproduktionsphase
- 5.1.2. Produktion und Endphase
- 5.1.3. Postproduktionsphase

5.2. Videospieldprojekte

- 5.2.1. Genres
- 5.2.2. *Serious Games*
- 5.2.3. Subgenres und neue Genres

5.3. Architektur eines Videospieldprojekts

- 5.3.1. Interne Architektur
- 5.3.2. Beziehung zwischen Elementen
- 5.3.3. Ganzheitliche Betrachtung des Videospield

5.4. Videospield

- 5.4.1. Spielerische Aspekte von Videospield
- 5.4.2. Videospield-Design
- 5.4.3. Gamification

5.5. Die Videospieldtechnik

- 5.5.1. Interne Elemente
- 5.5.2. Videospield-Engines
- 5.5.3. Der Einfluss von Technologie und Marketing auf das Design

5.6. Konzeption, Start und Durchführung von Projekten

- 5.6.1. Vorherige Entwicklung
- 5.6.2. Phasen der Entwicklung von Videospield
- 5.6.3. Einbeziehung der Verbraucher in die Entwicklung

5.7. Management der Organisation eines Videospieldprojekts

- 5.7.1. Entwicklungsteam und *Publishers*
- 5.7.2. Betriebsteam
- 5.7.3. Verkaufs- und Marketingteam

5.8. Handbücher für die Entwicklung von Videospield

- 5.8.1. Handbuch für Videospield-Design und -Technik
- 5.8.2. Handbuch für Videospieldentwickler
- 5.8.3. Handbuch der Anforderungen und technischen Spezifikation

5.9. Veröffentlichung und Vermarktung von Videospield

- 5.9.1. *Kick-Off*-Vorbereitung des Videospield
- 5.9.2. Digitale Kommunikationskanäle
- 5.9.3. *Delivery*, Fortschritt und Erfolgskontrolle

5.10. Agile Methoden für Videospieldprojekte

- 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
- 5.10.2. *Lean Startup*
- 5.10.3. *Scrum Development and Sales*

Modul 6. Innovation

6.1. Innovationsstrategien

- 6.1.1. Innovation bei Videospield
- 6.1.2. Innovationsmanagement bei Videospield
- 6.1.3. Innovationsmodelle

6.2. Innovatives Talent

- 6.2.1. Umsetzung der Innovationskultur in Organisationen
- 6.2.2. Talent
- 6.2.3. Karte der Innovationskultur

6.3. Führung und Talentmanagement in der digitalen Wirtschaft

- 6.3.1. Lebenszyklus von Talenten
- 6.3.2. Anwerbung - generationale Bedingungsfaktoren
- 6.3.3. Bindung: *Engagement*, *Loyalität*, *Evangelisten*

6.4. Geschäftsmodelle in der Videospield-Innovation

- 6.4.1. Innovation bei Geschäftsmodellen
- 6.4.2. Tools für Unternehmensinnovation
- 6.4.3. *Business Model Navigator*

6.5. Innovationsprojektmanagement

- 6.5.1. Kunde und Innovationsprozess
- 6.5.2. Entwurf eines Wertangebots
- 6.5.3. Exponentielle Organisationen

6.6. Agile Methoden in der Innovation

- 6.6.1. *Design-Thinking*- und *Lean-Startup*-Methodik
- 6.6.2. Agile Projektmanagement-Modelle: *Kanban* und *Scrum*
- 6.6.3. *Lean Canvas*

6.7. Management der Innovationsvalidierung

- 6.7.1. Prototypenherstellung (MVP)
- 6.7.2. Kundvalidierung
- 6.7.3. Pivotieren oder erhalten

6.8. Prozessinnovation

- 6.8.1. Möglichkeiten für Prozessinnovationen
- 6.8.2. *Time-to-Market*, Reduzierung von nicht wertschöpfenden Aufgaben und Beseitigung von Mängeln
- 6.8.3. Methodische Instrumente für die Prozessinnovation

6.9. Disruptive Technologien

- 6.9.1. Digital-physikalische Hybridisierungstechnologien
- 6.9.2. Kommunikations- und Datenverarbeitungstechnologien
- 6.9.3. Technologien zur Anwendung im Management

6.10. Rentabilität der Investition in Innovation

- 6.10.1. Monetarisierungsstrategien für Daten und Innovationswerte
- 6.10.2. Der ROI der Innovation. Allgemeiner Ansatz
- 6.10.3. Trichter

Modul 7. Finanzielle Verwaltung

7.1. Buchhaltung 7.1.1. Buchhaltung 7.1.2. Jahresabschlüsse und andere Berichte 7.1.3. Sachanlagen, als Finanzinvestition gehaltene Immobilien und immaterielle Vermögenswerte	7.2. Finanzielle Verwaltung 7.2.1. Finanzinstrumente 7.2.2. Unternehmensfinanzierung und Finanzmanagement 7.2.3. Finanzen für Unternehmer	7.3. Analyse der Finanzberichte 7.3.1. Analyse der Jahresabschlüsse 7.3.2. Liquiditäts- und Solvabilitätsanalyse 7.3.3. Kassenverwaltung	7.4. Finanzielle Transaktionen 7.4.1. Finanzielle Transaktionen 7.4.2. Investitionsmanagement 7.4.3. Kriterien für die Auswahl bestimmter Investitionen
7.5. Das Finanzsystem 7.5.1. Das Finanzsystem 7.5.2. Struktur und Funktionsweise des Finanzsystems 7.5.3. Der Aktienmarkt	7.6. Managementkontrolle 7.6.1. Managementkontrolle 7.6.2. Verantwortungszentren 7.6.3. Kostensysteme	7.7. Haushaltskontrolle 7.7.1. Das Haushaltsverfahren 7.7.2. Organisation und Haushaltsführung 7.7.3. Haushaltskontrolle	7.8. Kassenverwaltung 7.8.1. <i>Cash Management</i> und Kassenplan 7.8.2. Einkünfte aus kommerziellen Transaktionen 7.8.3. Zahlungen der kommerziellen Transaktionen
7.9. Unternehmensfinanzierung 7.9.1. Vorteile, Nachteile und Auswirkungen der Verschuldung 7.9.2. Wahl der Kapitalstruktur im Unternehmen 7.9.3. Änderungen in der Kapitalstruktur	7.10. Bewertung des Unternehmens 7.10.1. Rechnungslegungsmethoden und Unternehmenswert 7.10.2. Vermögen und Verschuldung 7.10.3. Unternehmensbewertungsdiagnose und Investorenpräsentation		

Modul 8. Kaufmännisches Management

8.1. Modelle der Unternehmensorganisation 8.1.1. Kaufmännische Abteilung 8.1.2. Instrumente der kaufmännischen Abteilung 8.1.3. Das Verkaufspersonal	8.2. Kommerzielle Zielsetzungen 8.2.1. Geschäftsplanung 8.2.2. Prognosen und Budgets 8.2.3. Kommerzielles Budget	8.3. Kommerzielle Prognosen 8.3.1. Rentabilität der Handelsabteilung 8.3.2. Umsatzprognose 8.3.3. Kontrolle der gewerblichen Tätigkeit	8.4. Neue relationale Modelle 8.4.1. Vermarktung in den neuen Geschäftsmodellen 8.4.2. Personalisierung als wichtigster <i>Driver</i> für die Beziehung zum Kunden 8.4.3. Die Entwicklung der Kundenerfahrung
8.5. Der beratende Verkauf 8.5.1. Verkaufspsychologie 8.5.2. Persuasive Kommunikation 8.5.3. Einführung und Entwicklung von Verkaufsmethoden	8.6. Verkaufsmethoden 8.6.1. <i>Retail</i> oder B2C-Verkauf 8.6.2. Externer B2B-Verkauf 8.6.3. Online-Verkauf	8.7. Digital Social Selling 8.7.1. <i>Social Selling</i> 8.7.2. Die soziale Einstellung: Kontaktnetz erschaffen 8.7.3. Prozess der Neukundengewinnung über <i>Social Media</i>	8.8. Digitale Verkaufsmethoden 8.8.1. Wichtigste agile Methoden in <i>Digital Sales</i> 8.8.2. <i>Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling</i> etc. 8.8.3. <i>Inbound Sales B2B</i> und <i>Account Based Marketing</i>
8.9. Marketingunterstützung im kaufmännischen Bereich 8.9.1. Marketingmanagement 8.9.2. Der Wert des digitalen Marketings (B2C/B2B) 8.9.3. <i>Marketing-Mix</i> -Management im kaufmännischen Bereich	8.10. Organisation und Planung der Arbeit des Verkäufers 8.10.1. Verkaufsgebiete und Routen 8.10.2. Zeit- und Sitzungsmanagement 8.10.3. Analyse und Entscheidungsfindung		

Modul 9. E-Sport-Management

9.1. Die E-Sport-Branche

- 9.1.1. *eSports*
- 9.1.2. Akteure der E-Sport-Branche
- 9.1.3. Das E-Sport-Geschäftsmodell und der E-Sport-Marktplatz

9.2. Die Verwaltung von E-Sport-Clubs

- 9.2.1. Die Bedeutung der Vereine im E-Sport
- 9.2.2. Gründung von Vereinen
- 9.2.3. Verwaltung und Management von E-Sport-Vereinen

9.3. Die Beziehung der E-Gamer

- 9.3.1. Die Rolle des Spielers
- 9.3.2. Fähigkeiten und Kompetenzen der Spieler
- 9.3.3. Spieler als Markenbotschafter

9.4. Wettbewerbe und Veranstaltungen

- 9.4.1. *Delivery* im E-Sport: Wettbewerbe und Veranstaltungen
- 9.4.2. Veranstaltungsmanagement und Meisterschaften
- 9.4.3. Wichtige lokale, regionale, nationale und globale Meisterschaften

9.5. Sponsorenmanagement im E-Sport

- 9.5.1. Sponsorenmanagement im E-Sport
- 9.5.2. Arten des Sponsorings im E-Sport
- 9.5.3. Die E-Sport-Sponsoring-Vereinbarung

9.6. Verwaltung von Werbung im E-Sport

- 9.6.1. *Advergaming*: neues Werbeformat
- 9.6.2. *Branded Content* im E-Sport
- 9.6.3. E-Sport als Kommunikationsstrategie

9.7. Marketing im E-Sport-Management

- 9.7.1. Management des *Owned Media*
- 9.7.2. Management des *Paid Media*
- 9.7.3. Besonderer Fokus auf *Social Media*

9.8. *Influencer Marketing*

- 9.8.1. *Marketing Influencer*
- 9.8.2. Publikumsmanagement und seine Auswirkungen auf den E-Sport
- 9.8.3. *Influencer-Marketing*- Geschäftsmodelle

9.9. *Merchant*

- 9.9.1. Verkauf von Dienstleistungen und damit verbundenen Produkten
- 9.9.2. *Merchandising*
- 9.9.3. Elektronischer Handel und *Marketplaces*

9.10. E-Sport-Metriken und KPIs

- 9.10.1. Metriken
- 9.10.2. KPIs für Fortschritt und Erfolg
- 9.10.3. Strategische Karte der Ziele und Indikatoren

Modul 10. Führung und Talentmanagement

10.1. Unternehmen, Organisation und Personalwesen

- 10.1.1. Organisation und organisatorische Struktur
- 10.1.2. Strategisches Management
- 10.1.3. Arbeitsanalyse und -organisation

10.2. Verwaltung der Personalressourcen im Unternehmen

- 10.2.1. Organisation im Personalwesen
- 10.2.2. Rekrutierungskanäle
- 10.2.3. Kandidaturen im Bereich Videospiele

10.3. Persönliche und berufliche Führungsqualitäten

- 10.3.1. Führungspersönlichkeiten und Leadership-Prozesse
- 10.3.2. Die Autorität der Kommunikation
- 10.3.3. Mit Erfolg und Misserfolg verhandeln

10.4. Wissens- und Talentmanagement

- 10.4.1. Strategisches Talentmanagement
- 10.4.2. Technologien für die Verwaltung der Personalressourcen
- 10.4.3. Innovationsmodelle im Personalwesen

10.5. Wissensmanagement als Schlüssel zum Unternehmenswachstum

- 10.5.1. Allgemeine Ziele des Wissensmanagements
- 10.5.2. Struktur und Abläufe von Wissensmanagementsystemen
- 10.5.3. Prozesse im Wissensmanagement

10.6. Coaching und Mentoring

- 10.6.1. NLP
- 10.6.2. Coaching und Mentoring
- 10.6.3. Prozesse

10.7. Neue Formen der Führung in VUCA-Umgebungen

- 10.7.1. Individuelles Änderungsmanagement
- 10.7.2. Management organisatorischer Veränderungen
- 10.7.3. Hilfsmittel

10.8. Diversitätsmanagement

- 10.8.1. Neue Generationen in Führungspositionen bringen
- 10.8.2. Frauen in Führungspositionen
- 10.8.3. Management des Multikulturalismus

10.9. Führungcoach

- 10.9.1. Die Fähigkeiten des Führungs-Coaches
- 10.9.2. Feedback und Feedforward
- 10.9.3. Die Anerkennung

10.10. Anpassung an neue Technologien

- 10.10.1. Einstellung
- 10.10.2. Wissen
- 10.10.3. Sicherheit

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. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 11.6.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.6.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.6.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

11.7. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 11.7.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.7.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.7.4. CSR-Instrumente und -Standards

11.8. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 11.8.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.8.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.8.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

11.9. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*

- 11.9.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.9.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.9.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

12.1. Strategisches Management von Menschen

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

12.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement

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

12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

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

12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement

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

12.5. Motivation

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

12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams

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

12.7. Änderungsmanagement

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

12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

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

12.9. Kommunikation der Führungskräfte

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

12.10. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten

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

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

13.1. Wirtschaftliches Umfeld

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

13.2. Informationssysteme und Business Intelligence

- 13.2.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 13.2.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 13.2.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

13.3. Finanzmanagement

- 13.3.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 13.3.2. Die Finanzabteilung
- 13.3.3. Bargeldüberschüsse
- 13.3.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
- 13.3.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

13.4. Finanzielle Planung

- 13.4.1. Definition der Finanzplanung
- 13.4.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
- 13.4.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
- 13.4.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
- 13.4.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

13.5. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 13.5.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 13.5.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

13.6. Strategische Finanzierungen

- 13.6.1. Selbstfinanzierung
- 13.6.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 13.6.3. Hybride Ressourcen
- 13.6.4. Finanzierung durch Intermediäre

13.7. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen

- 13.7.1. 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. Verwaltung digitaler Kampagnen

- 14.4.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
- 14.4.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
- 14.4.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen

14.5. Verkaufsstrategie

- 14.5.1. Verkaufsstrategie
- 14.5.2. Verkaufsmethoden

14.6. Unternehmenskommunikation

- 14.6.1. Konzept
- 14.6.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
- 14.6.3. Art der Kommunikation in der Organisation
- 14.6.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
- 14.6.5. Elemente der Kommunikation
- 14.6.6. Kommunikationsprobleme
- 14.6.7. Szenarien der Kommunikation

14.7. Kommunikation und digitaler Ruf

- 14.7.1. Online-Reputation
- 14.7.2. Wie misst man die digitale Reputation?
- 14.7.3. Online-Reputationstools
- 14.7.4. Online-Reputationsbericht
- 14.7.5. 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. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 15.3.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.3.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 15.3.3. Kommunikationsbarrieren

15.4. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel

- 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.4.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 15.4.3. Kommunikation in der Organisation
- 15.4.4. Werkzeuge in der Organisation

15.5. Krisenkommunikation

- 15.5.1. Krise
- 15.5.2. Phasen der Krise
- 15.5.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

15.6. Einen Krisenplan vorbereiten

- 15.6.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 15.6.2. Planung
- 15.6.3. Angemessenheit des Personals

15.7. Emotionale Intelligenz

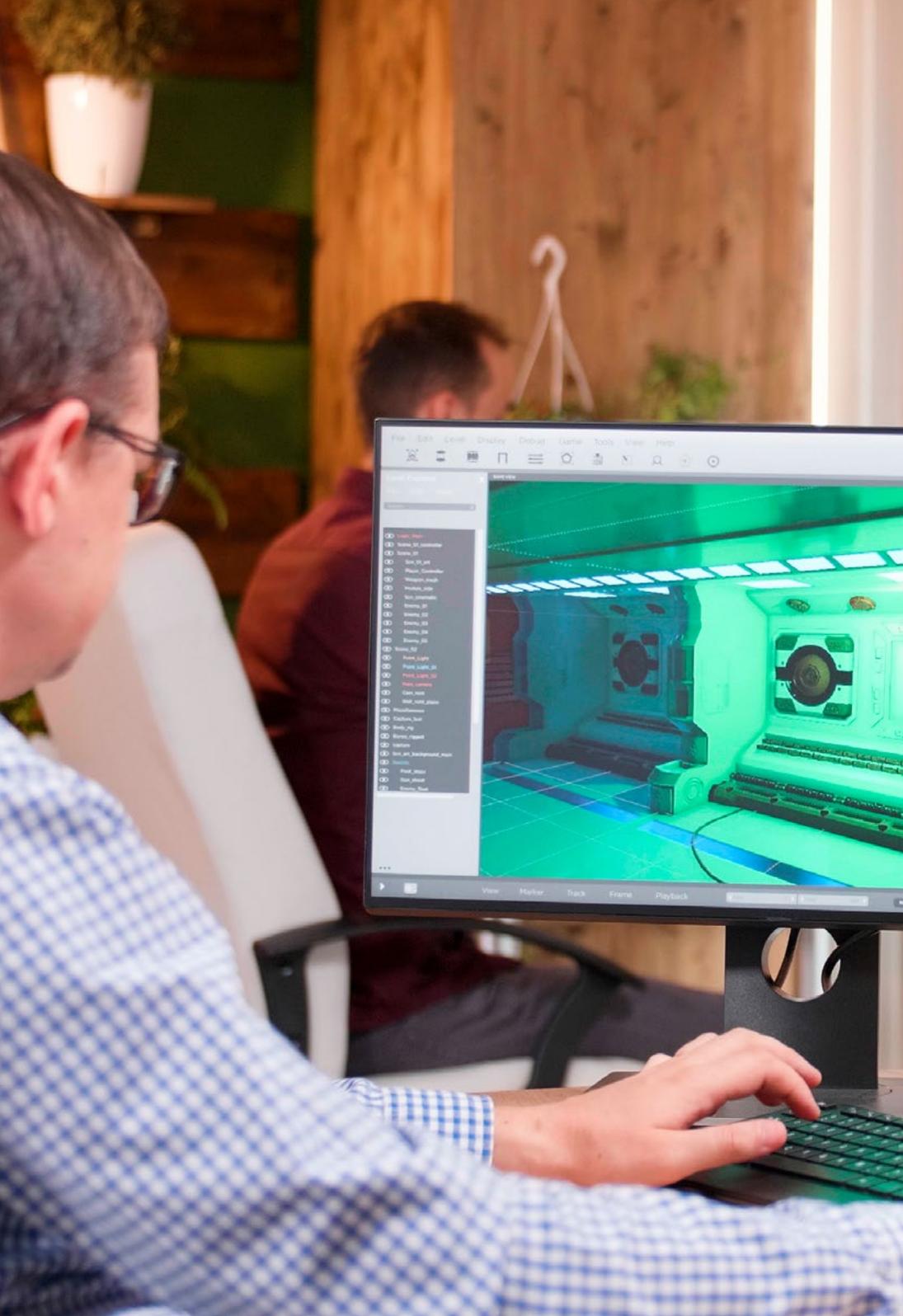
- 15.7.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 15.7.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 15.7.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

15.8. Personal Branding

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

15.9. Führungsrolle und Teammanagement

- 15.9.1. Leadership und Führungsstile
- 15.9.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 15.9.3. Management von Veränderungsprozessen
- 15.9.4. Leitung multikultureller Teams



“

Alle Informationen, die Sie benötigen, um professionelle Spitzenleistungen zu erzielen, in einem einzigen Programm”

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.

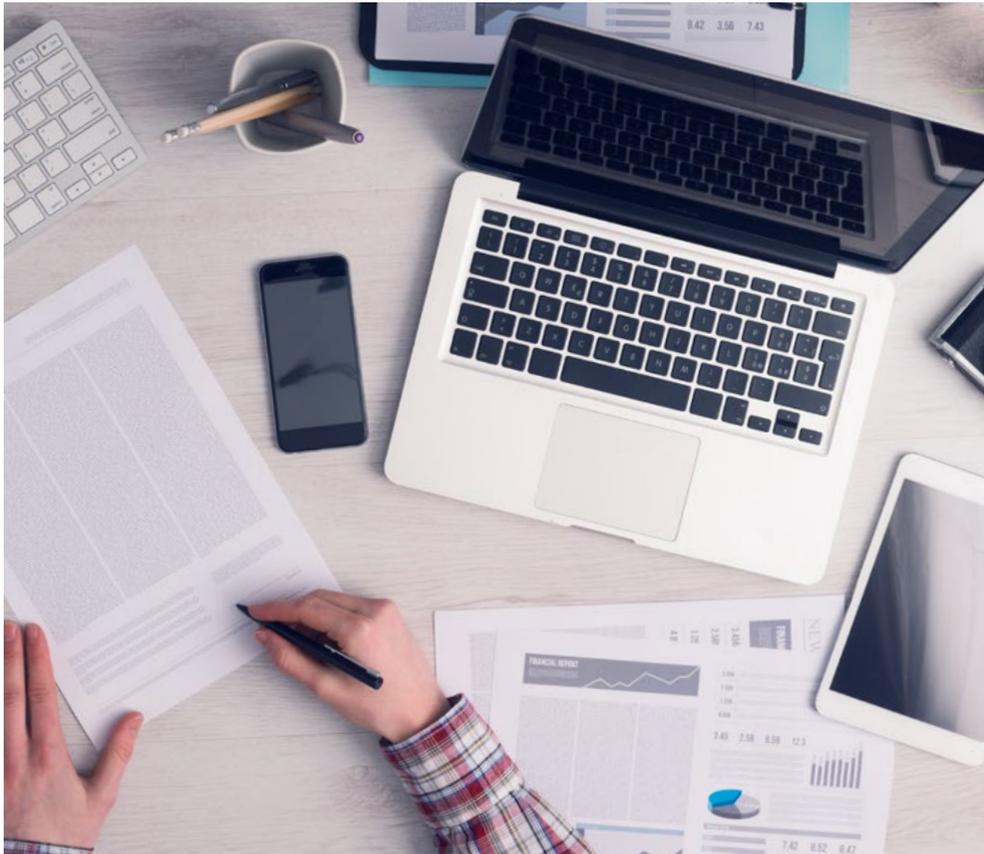
Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

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.

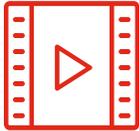
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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.



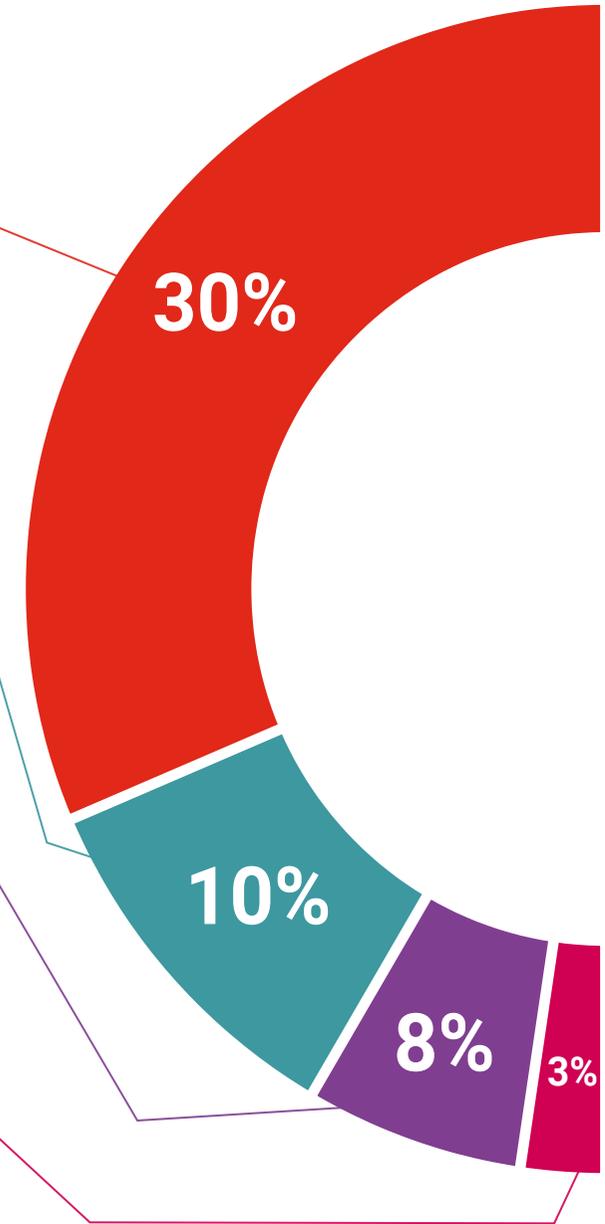
Übungen zu Managementfähigkeiten

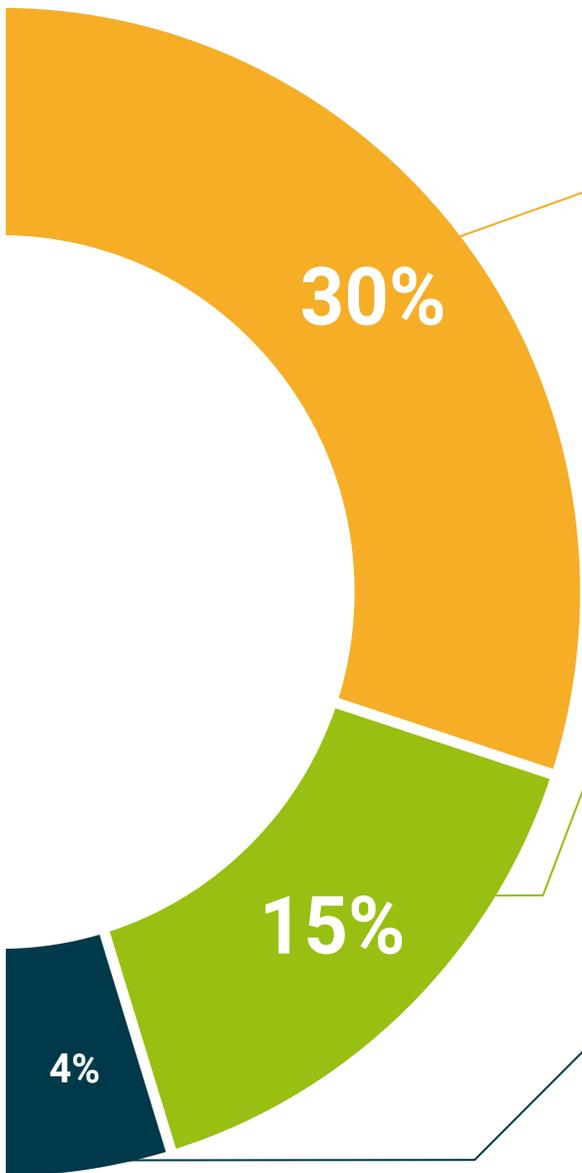
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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

Dieses Programm richtet sich an alle Personen, die aus der Wirtschaft kommen und ihre Managementfähigkeiten verbessern sowie die Techniken und Strategien erlernen möchten, die für die erfolgreiche Entwicklung eines Videospieleunternehmens erforderlich sind. Aus diesem Grund werden Studenten dieses Studiengangs als unternehmungslustige Menschen beschrieben, die über umfassende berufliche Qualitäten verfügen, aber auch bereit sind, Zeit in die Verbesserung ihrer beruflichen Fähigkeiten zu investieren.





“

Dieser Executive Master ist die Antwort auf Ihren Ehrgeiz, Ihre berufliche Zukunft weiter zu verbessern"

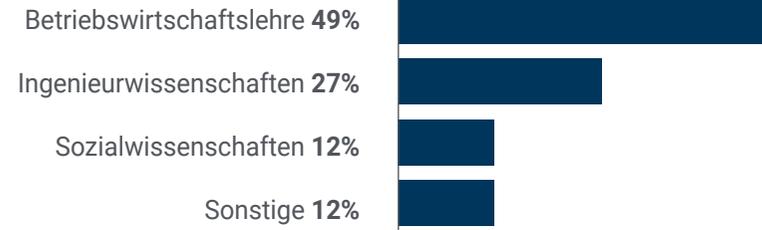
Durchschnittliches Alter

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

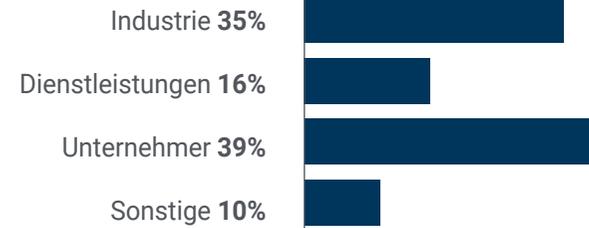
Jahre der Erfahrung



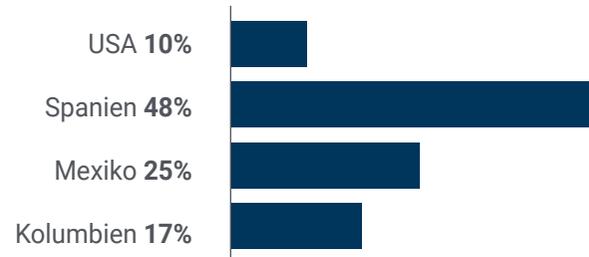
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Roberto González

COO-Operational Manager

"Ich wollte schon seit Jahren eine eigene Videospielefirma gründen, aber ich hatte das Gefühl, dass ich noch nicht so weit war. Dieses Programm hat mir nicht nur das Wissen vermittelt, um mein eigenes Unternehmen zu gründen, sondern auch das Selbstvertrauen, dies zu tun. Hervorheben möchte ich auch die großartige Unterstützung durch das Lehrpersonal, das mir immer mit Rat und Tat zur Seite stand"

09

Kursleitung

Dieser Executive Master MBA in Management von Videospieleunternehmen wird von einem Team unterrichtet, das über umfangreiche Erfahrungen im Bereich des Managements und der operativen Koordination von Unternehmen verfügt. Ihr beruflicher Hintergrund verleiht dem Studium einen praxisnahen und realistischen Charakter, so dass die Studenten die für die erfolgreiche Führung eines Unternehmens erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten von Experten erlernen können.



“

Ein qualitativ hochwertiges Lehrpersonal für die Fortbildung von Fachleuten, die akademische und berufliche Spitzenleistungen anstreben"

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Fr. Dove, Jennifer

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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



Hr. Gauthier, Rick

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Arman, Romi

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Arens, Manuel

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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

Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

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



Hr. La Sala, Andrea

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Gram, Mick

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

“

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

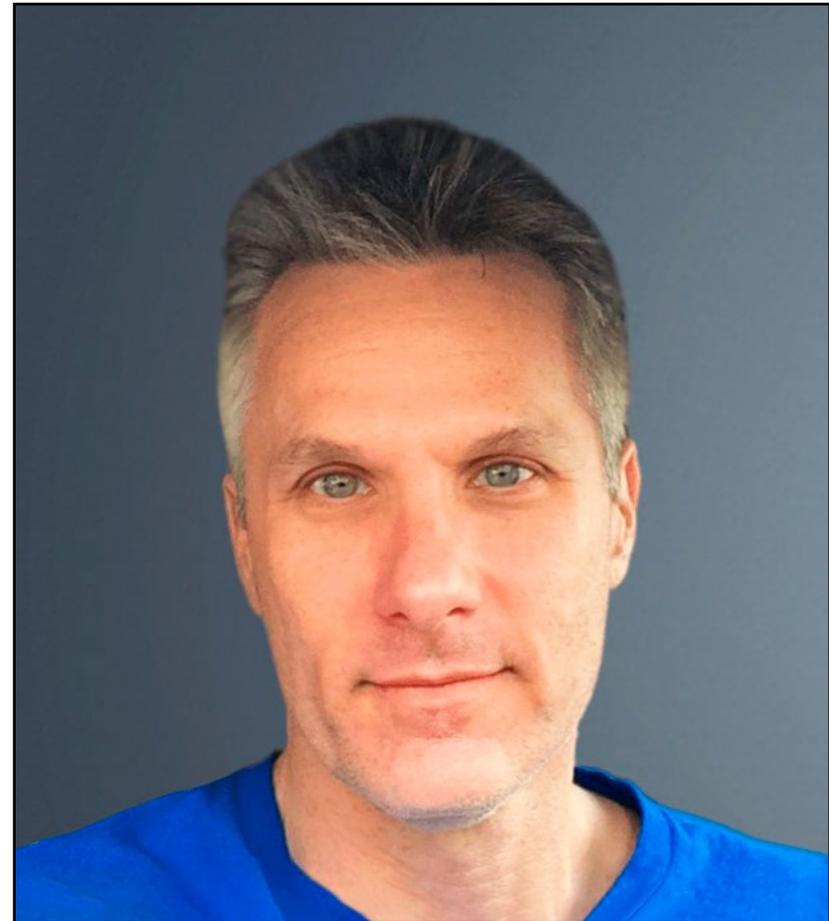
Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Stevenson, Scott

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Hr. Nyquist, Eric

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

“

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

Leitung



Hr. Sánchez Mateos, Daniel

- Produzent von Videospielen und Multi-Device-Anwendungen
- Direktor für Betrieb, Geschäftsentwicklung und FuE bei Gamera Nest
- Direktor des Programms PS Talents bei PlayStation Iberia
- Partner/Direktor für Produktion, Marketing und Betrieb bei ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Partner/Direktor für Produktion und Betrieb/Produktdesigner bei DIGITAL JOKERS /MAYHEM PROJECT
- Online-Management in der Marketingabteilung bei AURUM PRODUCCIONES
- Mitglied der Design- und Lizenzierungsabteilung bei LA FACTORÍA DE IDEAS
- Betriebsassistent bei DISTRIMAGEN SL. in Madrid (Spanien)
- Hochschulabschluss in Kommunikationswissenschaften an der Universität Complutense von Madrid
- Offizieller Masterstudiengang in Management, Marketing und Kommunikation an der Universität Camilo José Cela, Madrid
- Masterstudiengang in Fernsehproduktion von IMEFE in Zusammenarbeit mit der Europäischen Union

Professoren

Hr. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- CEO und Gründer von Fluzo Studios
- Kaufmännischer Direktor und Direktor für FuE-Projektfinanzierung bei Kaudal
- CEO bei Reta al Alzheimer
- CEO bei Pyxel Arts
- Direktor für Produkte und Dienstleistungen bei Arquimea Ingeniería
- Key Account Manager bei Cota Soluciones
- Qualitätsmanager für Software bei Recreativos Franco Gaming
- Nationaler IT-Manager bei Credit Agricole Cheuvreux
- ADSL-Projektmanager und Einrichtungsberater bei Telefónica Spanien
- Netzwerk- und Telefonietechniker von der Universität Carlos III Madrid
- Technischer Wirtschaftsingenieur: Industrieelektronik von der Universität Carlos III Madrid
- Masterstudiengang in Unternehmensstrategie und -kommunikation an der Universität Rey Juan Carlos I
- Masterstudiengang in Künstliche Intelligenz und Innovation bei FOUNDERZ
- Internationaler Masterstudiengang in Business Administration an der LUIS BUSINESS SCHOOL

Hr. Ochoa Fernández, Carlos J.

- Spezialist für technologische Innovation, digitales Marketing und Unternehmertum
- Gründer und CEO von ONE Digital Consulting
- Manager und Berater in Unternehmen wie SIEMENS, Sagentia, Altran und Eptron
- Evaluierungsexperte für die Europäische Kommission
- Unabhängiger Evaluator für Alberta Innovates (Kanada)
- Mentor der Swiss National Science Foundation (SNSF)
- Ingenieur von der Polytechnischen Universität von Madrid (Spanien)

- Internationaler MBA in Unternehmertum am Babson College
- Präsident der Madrider/Spanischen Sektion der VR/AR-Vereinigung
- Ko-Präsident des VR/AR-Bildungsausschusses
- Mitglied von: Immersive Learning, ICICLE X-Reality Group for Learning and Performance Enhancement und Forum für Metaverse-Standards

Hr. García Fernández, Juan Carlos

- Designer und Produzent von Videospiele
- Videospiele-Produzent bei PlayStation Talents
- QA-Tester für elektronische Spiele bei PlayStation Talents
- Hochschulabschluss in Design und Entwicklung von Videospiele an der Universität UDIT

Hr. Montero García, José Carlos

- Gründer und Kreativdirektor bei Red Mountain Games
- Internationaler Repräsentant für PlayStation Talents
- Kreativdirektor und Gründer von TRT Labs, Berlin
- Ausgezeichnet mit dem ITB Berlin Award, dank des Projekts TimeRiftTours
- 3D-Künstler bei Telvent Global Services
- 3D-Künstler bei Matchmind
- 3D-Künstler bei Nectar Estudio
- Fachabschluss in Analyse und Kontrolle am Polytechnischen Institut Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- Masterstudiengang CGMasterAcademy on Game Design with Naughty Dog's Emilia Schatz
- Masterstudiengang CGMasterAcademy on Character Creation for Games with Epic Games
- Masterstudiengang in 3D-Bildgebung, Animation und interaktive Technologie, Trazos
- Masterstudiengang in Rendering mit Vray für Infoarchitecture
- Masterstudiengang in Animation und nicht-linearem Schnitt an der CICE School of New Technologies

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Auch wenn die derzeitige finanzielle Situation die akademischen Möglichkeiten für viele Studenten erschwert hat, ist dieser Abschluss eine Gelegenheit, in Qualität und eine gesicherte Zukunft zu investieren. Das von TECH angebotene Programm wird die berufliche Laufbahn der Absolventen bereichern und ihnen nicht nur die Möglichkeit geben, ihre beruflichen Möglichkeiten durch einen umfassenderen Lehrplan zu erweitern, sondern sie auch mit den notwendigen Instrumenten und Kenntnissen ausstatten, um jedes von ihnen vorgeschlagene Managementprojekt erfolgreich zu entwickeln.



“

Mit diesem Programm werden Sie in der Lage sein, die wirksamsten und innovativsten Techniken in Ihre Unternehmensstrategie einzubauen, was Ihnen den Erfolg als Manager ermöglichen wird“

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der MBA in Management von Videospieleunternehmen ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des Managements von Videospieleunternehmen zu stellen. Das Hauptziel ist es, ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Wenn sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf professioneller Ebene erreichen und mit den Besten interagieren möchten, ist TECH der richtige Ort für Sie.

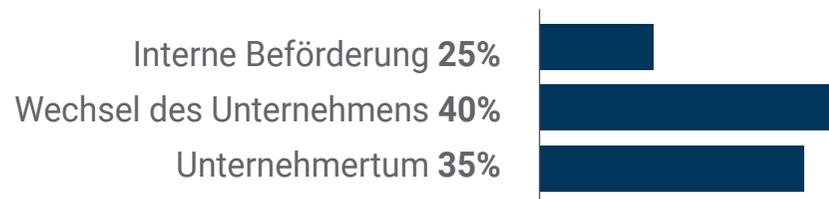
Nutzen Sie die Gelegenheit, von Experten der Unternehmensführung, ihren Erfahrungen, ihren Fehlern und ihren Erfolgsstrategien zu lernen.

Die mit dem Abschluss dieser Fortbildung verbundene berufliche Verbesserung wird Ihr Einkommen exponentiell ansteigen lassen.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **24,5%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Dieser Executive Master vermittelt den Studenten die Schlüssel zur erfolgreichen Entwicklung einer effektiven Managementstrategie, die sich in einem Geschäftsmodell niederschlägt, das von hochqualifizierten Fachleuten geleitet wird, die darauf vorbereitet sind, sie zum Erfolg zu führen. In diesem Sinne wird das Unternehmen neue Geschäftsmöglichkeiten kennenlernen, die es ihm ermöglichen, sein Kapital zu erweitern und mit größerer Sicherheit und Garantie in Instrumente und Techniken zu investieren, die im Bereich der Videospiele führend sind.





“

Die Videospiegelbranche wächst weiter, möchten Sie, dass auch Ihr Unternehmen wächst? Schreiben Sie sich jetzt ein und beginnen Sie den Weg, der Ihr Geschäftsmodell an die Spitze bringen wird"

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 von Videospieleunternehmen 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 von Videospieleunternehmen** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

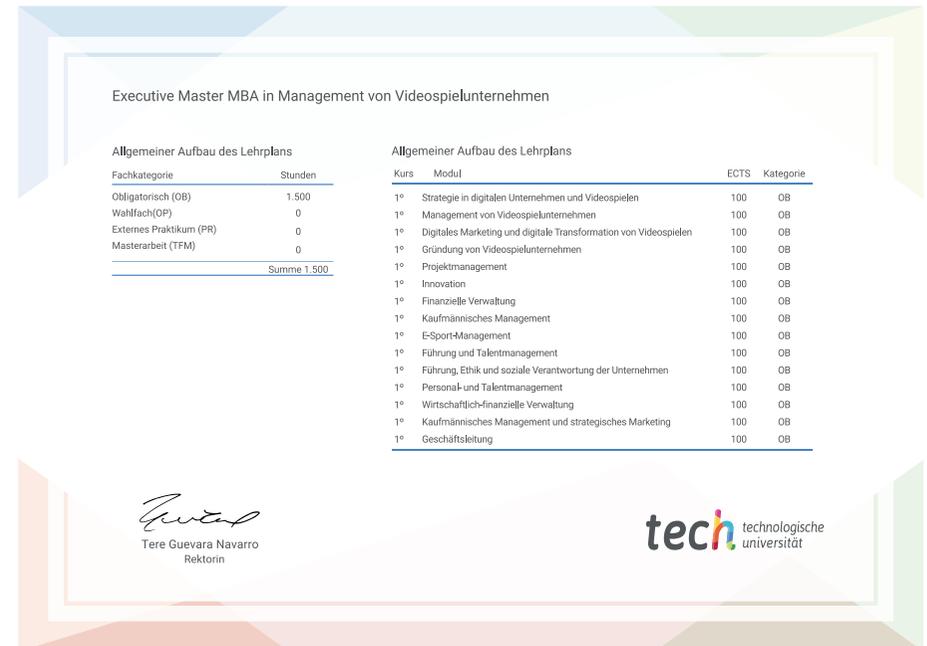
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

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

Titel: **Executive Master MBA in Management von Videospieleunternehmen**

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 von Videospieleunternehmen

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

Executive Master

MBA in Management von Videospieleunternehmen

