

Executive Master MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)

M B A S C S O



Executive Master MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen und Fachleute mit nachweislicher Erfahrung in Management und Geschäftsleitung

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-strategie-cso-chief-strategy-officer

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 24

07

Methodik

Seite 36

08

Profil unserer Studenten

Seite 44

09

Kursleitung

Seite 48

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 70

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 74

12

Qualifizierung

Seite 76

01 Willkommen

Der zunehmende Wettbewerb hat dazu geführt, dass die Unternehmensstrategien verfeinert und an unsichere Situationen angepasst werden müssen. Infolgedessen wird die Rolle des *Chief Strategy Officer (CSO)* immer wichtiger. Dieser Manager muss über umfassende Fähigkeiten in den Bereichen strategisches Management, Organisationsverhalten, *Business Analytics* und Planung verfügen. In diesem Programm erhält der Unternehmer Zugang zu den Schlüsseln und Kompetenzen, die notwendig sind, um sich als angesehener CSO zu positionieren, mit Zugang zu Studienmaterial, das von führenden Persönlichkeiten auf dem Gebiet der strategischen Analyse verfasst wurde, mit einer 100%igen Online-Methodik. Zusätzlich hat er Zugang zu einer exklusiven Reihe von 10 ergänzenden *Masterclasses*, die von einem renommierten internationalen Spezialisten für Management, Strategie und Unternehmensentwicklung entwickelt wurden.



MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)
TECH Technologische Universität



“

Dank dieses innovativen Abschlusses von TECH haben Sie Zugang zu einer Reihe von 10 einzigartigen und zusätzlichen Masterclasses, die von einem internationalen Experten für Management, Strategie und Geschäftsentwicklung konzipiert wurden“

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 klaren Ziel entwickelt, die Fähigkeiten des Managers zu perfektionieren, um sein Wertversprechen als CSO mit Nachdruck zu unterstützen. Zu diesem Zweck werden alle theoretischen Themen, die für die Entwicklung und Erstellung von Unternehmensstrategien von Bedeutung sind, im gesamten Lehrplan behandelt und mit realen Fällen und Beispielen, die das Studium erleichtern, in einen angemessenen Kontext gestellt.



“

Sie haben vollen Zugriff auf ergänzende Lektüre, die speziell vom Dozententeam ausgewählt wurde, und können so die strategischen Themen, die Sie am meisten interessieren, vertiefen“

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

Der **MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Definieren der Elemente der Strategie als wichtigste Grundlage des strategischen Managements

04

Entwickeln und Umsetzen der am besten geeigneten Strategie, um die Ziele des Unternehmens zu erreichen

02

Verstehen der verschiedenen Arten von Strategien , die in einem Unternehmen umgesetzt werden können



03

Analysieren des strategischen Verhaltens einer Organisation auf verschiedenen Ebenen

05

Beschreiben der Logik des strategischen Managementprozesses und der Bedeutung der einzelnen Phasen

06

Definieren der grundlegenden Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seiner Umgebung

08

Identifizieren der verschiedenen Wachstumspfade, die Unternehmen einschlagen können

09

Anwenden des theoretischen Wissens auf reale Situationen anhand von Fallstudien

07

Analysieren des Einflusses der *Stakeholders* oder Interessensgruppen auf das Unternehmen

10

Fördern einer unternehmerischen und kreativen Einstellung

11

Beschreiben der Merkmale, Probleme und menschlichen, wirtschaftlichen, politisch-rechtlichen und organisatorischen Implikationen der verschiedenen Modalitäten der strategischen Entwicklung

14

Entwickeln von Führungsqualitäten, um ein Team zu motivieren

12

Entwickeln von Strategien und Methoden zur Durchführung von Entscheidungsprozessen in kritischen oder entscheidenden Situationen

13

Anwenden geeigneter Techniken für die Verwaltung von Humanressourcen



15

Anwenden von Marketingtechniken, die das Wissen des Unternehmens fördern

16

Durchführen der Preispolitik

17

Angemessenes Verwalten des Einkaufs und der Lieferkette

18

Kennen des globalisierten Umfelds, in dem das Unternehmen tätig ist, und Entwickeln von Strategien, die die Internationalisierung des Unternehmens fördern



05

Kompetenzen

Um eine umfassende und effektive Entwicklung der wesentlichen Kompetenzen in der täglichen Arbeit eines *Chief Strategy Officers* zu gewährleisten, hat TECH während des gesamten Programms einen besonderen Schwerpunkt auf den Erwerb und die Verbesserung der am meisten gefragten Soft Skills gelegt. Dies bedeutet eine stärkere Betonung von Themen wie Talentmanagement, Personalmanagement sowie Zeit- und Aufwandsmanagement - allesamt hochgeschätzte Kompetenzen für Manager des 21. Jahrhunderts.

“

Sie werden Ihre Karriere auf die höchste Ebene der operativen und geschäftlichen Strategie ausrichten und die Rolle des CSO mit Kompetenz und Effektivität übernehmen"

01

Erkunden neuer Geschäftsmöglichkeiten und
Konzentration auf Innovation und Unternehmertum

02

Durchführen der Finanzverwaltung des Unternehmens

03

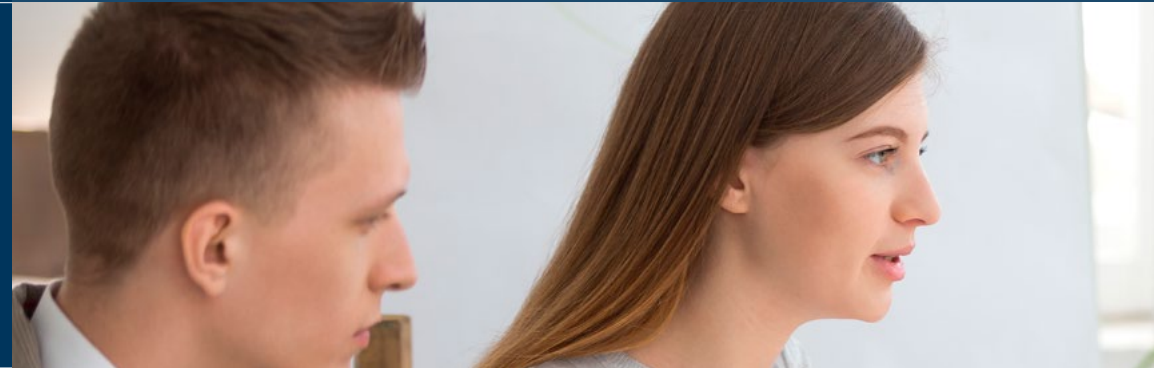
Gestalten und Durchführen einer strategischen Planung,
die den Zielen des Unternehmens und den aktuellen
Nachhaltigkeitskriterien entspricht

04

Durchführen von internen und externen
strategischen Analysen

05

Entwickeln von Strategien zur Prävention und
Kontrolle von Risiken



06

Entwickeln der erforderlichen Managementfähigkeiten für die Leitung aller Abteilungen des Unternehmens

08

Umsetzen einer internationale Strategie, um die Gewinne des Unternehmens zu steigern

09

Entwerfen einer Einkaufs- und Beschaffungsstrategie, um die Rentabilität des Unternehmens zu verbessern

07

Analysieren der Daten zur Strategie des Unternehmens

10

Anwenden von Coaching und Techniken der emotionalen Intelligenz, um die Leistung der Mitarbeiter zu verwalten und zu fördern



06

Struktur und Inhalt

Der MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) wurde nach der TECH-Lehrmethode *Relearning* strukturiert, die völlige Flexibilität bei der Übernahme des Studienpensums ermöglicht. Es wird eine beträchtliche Einsparung bei der Anzahl der investierten Studienstunden erzielt, da die wichtigsten Konzepte der Strategie und des Managements auf natürliche Art und Weise erworben werden, wobei sich diese während des gesamten Programms wiederholen.



“

Wir stellen Ihnen alle unsere Ressourcen zur Verfügung, damit Sie die Fähigkeiten entwickeln können, die Sie für eine erfolgreiche berufliche Zukunft benötigen"

Lehrplan

Der MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das den Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf strategischer und allgemeiner Managementebene zu treffen. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und ihm zu helfen, erfolgreich zu sein. Der Inhalt dieses Programms ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung von Managementfähigkeiten zu fördern, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Während der 1.500 Unterrichtsstunden wird er in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren und so ein vertieftes Lernen erreichen, das es ihm ermöglicht, das erlernte Wissen in seiner täglichen Praxis anzuwenden. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale

Geschäftssituationen.

Dieses Programm befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Unternehmens und ist darauf ausgerichtet, Manager zu spezialisieren, die strategisches Management aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive verstehen.

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

Modul 1	<i>Management and Strategy</i>
Modul 2	Modalitäten der strategischen Entwicklung
Modul 3	Strategische Planung und Kontrolle der Finanzverwaltung
Modul 4	Organisatorisches Verhalten
Modul 5	Strategisches Management von Menschen
Modul 6	Managementfähigkeiten
Modul 7	<i>Strategy in Marketing Management</i>
Modul 8	Unternehmensstrategie und operative Strategie
Modul 9	<i>Business & International Strategy</i>
Modul 10	<i>Business Analytics and Big Data</i>
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 Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Management and Strategy

1.1. Strategisches Denken 1.1.1. Die Strategie und ihr Ziel 1.1.2. <i>Strategisches Denken und Strategiefähigkeit</i> 1.1.3. Laterales Denken und Blue-Oceans-Strategie 1.1.4. Neurowissenschaft angewandt auf Strategie	1.2. Entscheidungen und strategische Entscheidungsträger 1.2.1. Unternehmensführung 1.2.2. Leitungsteams 1.2.3. Wertschöpfung	1.3. Wettbewerbsfähige Strategie 1.3.1. Marktanalyse 1.3.2. Nachhaltiger Wettbewerbsvorteil 1.3.3. Rentabilität der Investition	1.4. Unternehmensstrategie 1.4.1. <i>Driving Corporate Strategy</i> 1.4.2. <i>Pacing Corporate Strategy</i> 1.4.3. <i>Framing Corporate Strategy</i>
1.5. Planung und Strategie 1.5.1. Die Bedeutung der strategischen Ausrichtung im Managementkontrollprozess 1.5.2. Analyse des Umfelds und der Organisation	1.6. Implementierung der Strategie 1.6.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz 1.6.2. Strategische Karte 1.6.3. Differenzierung und Anpassung	1.7. Modelle zur strategischen Analyse 1.7.1. Interne Analyse 1.7.2. Externe Analyse 1.7.3. Quellen für Wettbewerbsvorteile in der Branche 1.7.4. Vorteile, Nachteile und Wirksamkeit der strategischen Analyse	1.8. Totales Qualitätsmanagement und fortgeschrittenes Projektmanagement 1.8.1. TQM (<i>Total Quality Management</i>) 1.8.2. <i>Six Sigma</i> als Unternehmensmanagementsystem 1.8.3. EFQM-Modell
1.9. Lean Management 1.9.1. Grundprinzipien des <i>Lean Management</i> 1.9.2. Verbesserungsgruppen und Problemlösung 1.9.3. Neue Formen der Instandhaltung und des Qualitätsmanagements	1.10. Ethik und Strategic Management 1.10.1. Integration von Ethik und Strategie 1.10.2. Menschliche Motivation und Ethik 1.10.3. Ethische Qualität von Organisationen		

Modul 2. Modalitäten der strategischen Entwicklung

2.1. Strategische Allianzen 2.1.1. <i>Joint Ventures</i> 2.1.2. Export-Konsortien 2.1.3. Einkaufszentralen 2.1.4. Andere Arten der Zusammenarbeit	2.2. Unternehmerische Initiative 2.2.1. Erkundung neuer Geschäftsmöglichkeiten 2.2.2. <i>Prototyping</i> und interne Entwicklung 2.2.3. Interne Akteure des Wandels 2.2.4. Aufkommende Projekte und Störungen	2.3. Strategische Innovation 2.3.1. Offene Innovation und Dreifachhelix 2.3.2. Faktoren für den Erfolg und Misserfolg von Innovationen 2.3.3. Auswirkungen des Innovationsmanagements auf die Unternehmensleistung 2.3.4. Kreatives Denken und <i>Design Thinking</i>	2.4. Investitionspolitik 2.4.1. Methoden der Unternehmensbewertung 2.4.2. Risikoüberwachung und -kontrolle 2.4.3. Finanzierungsquellen
2.5. Interne Entwicklung	2.6. Fusionen und Akquisitionen 2.6.1. Finanzielle und organisatorische Implikationen von Fusionen und Übernahmen 2.6.2. Analyse und Bewertung von Synergieeffekten 2.6.3. Verhandlungstechniken und -ansätze	2.7. Strategien zur Diversifizierung 2.7.1. Spezialisierung vs. Diversifizierung 2.7.2. Wahl des Einstiegsmodus bei der Diversifizierung 2.7.3. Geschäftsdiversifizierung und Leistung 2.7.4. Strategien zur Umstrukturierung des Geschäftsportfolios	2.8. Richtungen der Strategieentwicklung
2.9. Kriterien für den Erfolg	2.10. Herausforderungen und Auswirkungen auf die Strategieentwicklung		

Modul 3. Strategische Planung und Kontrolle der Finanzverwaltung

3.1. Managementkontrolle 3.1.1. Finanzpolitik und Wachstum 3.1.2. Information als Instrument der Managementkontrolle 3.1.3. Managementkontrolle als Planungs- und Steuerungssystem 3.1.4. Funktionen des <i>Controllers</i> 3.1.5. Anwendungsbereich der Managementkontrolle	3.2. Finanzberichterstattung und Managemententscheidungen 3.2.1. Finanzielle oder juristische Buchhaltung 3.2.2. Analytische oder Kostenrechnung 3.2.3. Kontrolle der Buchhaltung	3.3. Kassenverwaltung 3.3.1. Umlaufvermögen und Betriebskapitalbedarf 3.3.2. Berechnung des operativen Bargeldbedarfs 3.3.3. <i>Credit Management</i> 3.3.4. Fonds-, Vermögens- und <i>Family-Offices</i> -Verwaltung	3.4. Cash Management 3.4.1. Bankfinanzierung von Betriebskapital 3.4.2. Organisation der Kassenabteilung 3.4.3. Zentralisierte Kassenverwaltung
3.5. Planung und Kontrolle von Kompetenzzentren 3.5.1. Entwurf eines Managementkontrollsystems 3.5.2. Abweichungen bei der Verwaltungskontrolle	3.6. Der Prozess der Strategieformulierung und -planung 3.6.1. Formulierung und Inhalt des Strategieplans 3.6.2. <i>Balanced Scorecard</i> 3.6.3. Terminologie und Grundkonzepte	3.7. Organisatorische Planung 3.7.1. Geschäftseinheiten und Transferpreise 3.7.2. Fertigungs-, Produktions-, Support- und Vertriebsstandorte 3.7.3. Aufgaben und Zuständigkeiten der Finanzdirektion	3.8. Indikatoren als Kontrollinstrument 3.8.1. <i>Dashboard</i> 3.8.2. Anzahl und Format der Indikatoren 3.8.3. Strategische Planung
3.9. Wertorientiertes Management	3.10. Entwicklung einer Finanzierungsstrategie		

Modul 4. Organisatorisches Verhalten

4.1. Organisatorisches Verhalten 4.1.1. Organisationen 4.1.2. Unternehmenstheorie 4.1.3. Organisationen, Menschen und Gesellschaft 4.1.4. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens	4.2. Organisatorische Kultur 4.2.1. Werte und Organisationskultur 4.2.2. Schlüsselemente des Wandels in Organisationen 4.2.3. Entwicklung des wissenschaftlichen Denkens und der Organisation als System 4.2.4. Kultur und Wandel	4.3. Management des Unternehmens 4.3.1. Ebenen und Führungsqualitäten 4.3.2. Planung und organisatorische Funktion 4.3.3. Verwaltungs- und Kontrollfunktion 4.3.4. Die neue Rolle des Personalleiters	4.4. Wissensmanagement 4.4.1. Kollektive Intelligenz vs. Wissensmanagement 4.4.2. Perspektiven und Werkzeuge für das Wissensmanagement 4.4.3. Kollaborative Umgebungen und Lerngemeinschaften
4.5. Die Menschen in Organisationen 4.5.1. Qualität des Arbeitslebens und psychisches Wohlbefinden 4.5.2. Teamarbeit und Leitung von Sitzungen 4.5.3. <i>Coaching und Teammanagement</i>	4.6. Struktur der Organisation 4.6.1. Wichtigste Koordinierungsmechanismen 4.6.2. Abteilungen und Organigramme 4.6.3. Autorität und Verantwortung 4.6.4. <i>Das Empowerment</i>	4.7. Arten von Strukturen	4.8. Prozesse
4.9. Beziehungen	4.10. Konfigurationen		

Modul 5. Strategisches Management von Menschen

5.1. Strategische Führung für die Wirtschaft in immateriellen Werten

- 5.1.1. Strategien zur kulturellen Anpassung
- 5.1.2. Unternehmensführung und Differenzierung
- 5.1.3. Agent des Wandels und der Transformation

5.2. Strategisches Denken und System

- 5.2.1. Das Unternehmen als System
- 5.2.2. Strategisches Denken aus der Unternehmenskultur heraus
- 5.2.3. Strategisches Denken aus dem Personalmanagement
- 5.2.4. Gestaltung und Umsetzung der Personalpolitik und -praxis

5.3. Strategische Organisationsgestaltung

- 5.3.1. *Business-Partners-Modell*
- 5.3.2. *Share Services*
- 5.3.3. *Outsourcing*

5.4. *HR Analytics*

- 5.4.1. *Big Data und Business Intelligence. (BI)*
- 5.4.2. Analyse und Modellierung von Personaldaten
- 5.4.3. Entwurf und Entwicklung von Metriken des Personalwesens

5.5. Strategische Führung

- 5.5.1. Führungsmodelle
- 5.5.2. *Coaching*
- 5.5.3. *Mentoring*
- 5.5.4. Transformationelle Führung

5.6. Audit und strategische Kontrolle im Personalmanagement

- 5.6.1. Gründe für die Audits
- 5.6.2. Tools zur Informationsbeschaffung und -analyse
- 5.6.3. Der Prüfbericht

5.7. Management des Personalwesens

5.8. Organisation des Personals

5.9. Personal und Verhalten

5.10. Personalbasierter Wettbewerbsvorteil

Modul 6. Managementfähigkeiten

6.1. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 6.1.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 6.1.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 6.1.3. Kommunikationsbarrieren

6.2. Kommunikation und Führung

- 6.2.1. Leadership und Führungsstile
- 6.2.2. Motivation
- 6.2.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0

6.3. Persönliches *Branding*

- 6.3.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 6.3.2. Regeln des *Personal Branding*
- 6.3.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

6.4. Teammanagement

- 6.4.1. Arbeitsteams und Leitung von Meetings
- 6.4.2. Management von Veränderungsprozessen
- 6.4.3. Leitung multikultureller Teams
- 6.4.4. *Coaching*

6.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 6.5.1. Wirksame Verhandlungstechniken
- 6.5.2. Interpersonelle Konflikte
- 6.5.3. Interkulturelle Verhandlung

6.6. Emotionale Intelligenz

- 6.6.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 6.6.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 6.6.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache

6.7. Beziehungskapital: *Coworking*

- 6.7.1. Verwaltung des Humankapitals
- 6.7.2. Leistungsanalyse
- 6.7.3. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
- 6.7.4. Innovation im Personalmanagement

6.8. Zeitmanagement

- 6.8.1. Planung, Organisation und Kontrolle
- 6.8.2. Methodik des Zeitmanagements
- 6.8.3. Aktionspläne
- 6.8.4. Instrumente für effektives Zeitmanagement

6.9. Spieltheorie

6.10. Strategisches Veränderungsmanagement

Modul 7. Strategy in Marketing Management

7.1. Marketing Management 7.1.1. <i>Positionierung und Wertschöpfung</i> 7.1.2. Marketingausrichtung und Positionierung des Unternehmens 7.1.3. Strategisches Marketing vs. Operatives Marketing 7.1.4. Zielsetzungen im Marketingmanagement 7.1.5. Integrierte Marketingkommunikation	7.2. Die Rolle des strategischen Marketings 7.2.1. Wichtigste Marketingstrategien 7.2.2. Segmentierung, <i>Targeting</i> und Positionierung 7.2.3. Strategisches Marketingmanagement	7.3. Dimensionen der Marketingstrategie 7.3.1. Erforderliche Ressourcen und Investitionen 7.3.2. Grundlagen des Wettbewerbsvorteils 7.3.3. Wettbewerbsverhalten des Unternehmens 7.3.4. <i>Focus Marketing</i>	7.4. Strategien zur Entwicklung neuer Produkte 7.4.1. Kreativität und Innovation im Marketing 7.4.2. Generierung und Filterung von Ideen 7.4.3. Analyse der wirtschaftlichen Tragfähigkeit 7.4.4. Entwicklung, Markterprobung und Kommerzialisierung
7.5. Preispolitik 7.5.1. Kurz- und langfristige Ziele 7.5.2. Arten der Preisbestimmung 7.5.3. Faktoren, die die Preisbestimmung beeinflussen	7.6. Werbestrategien und <i>Merchandising</i> 7.6.1. Werbemanagement 7.6.2. Kommunikations- und Medienplan 7.6.3. <i>Merchandising</i> als Marketingtechnik 7.6.4. <i>Visual Merchandising</i>	7.7. Vertriebs-, Expansions- und Vermittlungsstrategien 7.7.1. <i>Outsourcing</i> des Außendienstes und des Kundendienstes 7.7.2. Handelslogistik bei der Verwaltung des Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen 7.7.3. Verwaltung des Verkaufszyklus	7.8. Entwicklung des Marketingplans 7.8.1. Analyse und Diagnose 7.8.2. Strategische Entscheidungen 7.8.3. Operative Entscheidungen
7.9. Neue Marketingmedien	7.10. Internationales Marketing		

Modul 8. Unternehmensstrategie und operative Strategie

8.1. Neue Szenarien im <i>Supply Chain Management</i> 8.1.1. Management in multikulturellen Umgebungen 8.1.2. Innovation im SCM-Bereich 8.1.3. Nachfrageorientierung durch flexible Abläufe 8.1.4. In Japan verwendete Philosophien und Techniken	8.2. Überblick über das <i>Supply Chain Management</i> 8.2.1. Chancen und Risiken des SCM 8.2.2. Strategische Gestaltung der <i>Supply Chain</i> 8.2.3. Trends	8.3. Operative Strategie 8.3.1. Einführung in die Strategie und die strategischen Ebenen 8.3.2. Prozessmanagement 8.3.3. Verwaltung der Bestände	8.4. Entscheidungsfindung in der Logistik 8.4.1. Entscheidungsanalyse 8.4.2. Management und allgemeine Betriebsplanung 8.4.3. Risikomanagement in SC 8.4.4. <i>Hard und Soft-Entscheidungsfindung</i>
8.5. <i>Lean Operations Strategy</i> 8.5.1. Strategische Synergien mit funktionalen Bereichen 8.5.2. Logistikunternehmen 8.5.3. Prozess-Produkt-Matrix	8.6. Strategisches Einkaufsmanagement 8.6.1. Neue Herausforderungen in Einkauf, <i>Sourcing</i> und <i>Supply Management</i> 8.6.2. Die Rolle des Einkaufs im Unternehmen und in der Lieferkette 8.6.3. Die Funktion des Einkaufs als Ressourcenlieferant 8.6.4. Rechtliche Aspekte der Einkaufsfunktion	8.7. Strategische Beschaffung 8.7.1. Auswahl und Entwicklung von Lieferanten 8.7.2. Wertschöpfung durch strategische Beschaffung 8.7.3. Logistikunternehmen in der Beschaffung	8.8. Design der Einkaufsstrategie 8.8.1. Externalisierung 8.8.2. <i>Outsourcing</i> von Prozessen 8.8.3. Globalisierung 8.8.4. Standortverlagerung
8.9. Strategie für die Produktion	8.10. Operative Strategie im Dienstleistungsbereich		

Modul 9. Business & International Strategy

9.1. Business & International Strategy

- 9.1.1. Internationalisierung
- 9.1.2. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 9.1.3. Internationales Währungssystem

9.2. Strategisches Management von internationalen Unternehmen

- 9.2.1. Internationalisierung in der neuen Weltordnung
- 9.2.2. Einfluss der Kultur auf das internationale Geschäft
- 9.2.3. Auswahl der Märkte und Länder
- 9.2.4. Auslagerung und *Offshoring*

9.3. Strategien zur Internationalisierung

- 9.3.1. Gründe und Voraussetzungen für den Eintritt in ausländische Märkte
- 9.3.2. Strategische Allianzen im Prozess der internationalen Expansion
- 9.3.3. Wege zur Erschließung neuer internationaler Märkte

9.4. Entscheidungen zur Internationalisierung

- 9.4.1. Marktforschung und Entscheidungsfindung
- 9.4.2. Wahl des Standorts und der Betriebsart
- 9.4.3. Wahl der richtigen Rechtsform

9.5. Etappen des Internationalisierungsprozesses

- 9.5.1. Analyse der internationalen Nachfrage
- 9.5.2. Diagnose des Exportpotenzials
- 9.5.3. Planung der Internationalisierung
- 9.5.4. Etappen des Exports

9.6. Internationalisierung je nach Art des Unternehmens

- 9.6.1. Produktunternehmen und Dienstleistungsunternehmen
- 9.6.2. Internationalisierte und multinationale Unternehmen
- 9.6.3. KMU und ihr Internationalisierungsmodell

9.7. Hindernisse für die Internationalisierung

- 9.7.1. Gesetzliche Einschränkungen
- 9.7.2. Logistische, finanzielle und kommerzielle Hindernisse
- 9.7.3. Hindernisse für Direktinvestitionen

9.8. Cross-cultural Management

- 9.8.1. Die kulturelle Dimension des internationalen Managements
- 9.8.2. Globalisierung in der Unternehmensführung
- 9.8.3. Interkulturelle Führung

9.9. Internationale Vielfalt und Leistung

9.10. Produkt- und Marktvielfalt

Modul 10. Business Analytics and Big Data

10.1. Datengesteuertes strategisches Management

10.2. Kundeninformationen (CRM)

10.3. Datenquellen und Informationsbeschaffung

10.4. Lagerung und Verarbeitung

10.5. Analyse von *Big Data* für die Strategie

10.6. Wissenschaftliche Programmierung und Python

10.7. Statistische Analyse mit R

10.8. *Machine Learning* für Business Analytics

10.9. Auswertung von Texten und natürlicher Sprache

10.10. Integration von Tools für die Strategie

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

11.1. Globalisierung und Governance

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

11.2. Cross Cultural Management

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

11.3. Wirtschaftsethik

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

11.4. Nachhaltigkeit

- 11.4.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Nachhaltige Unternehmen

11.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens

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

11.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

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

11.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

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

11.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*

- 11.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.8.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

12.1. Strategisches Management von Menschen

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

12.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement

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

12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

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

12.4. 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. Kommunikation der Führungskräfte

- 12.7.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 12.7.2. Abteilungen für Kommunikation
- 12.7.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

12.8. Produktivität, Anziehung, Bindung und Aktivierung von Talenten

- 12.8.1. Produktivität
- 12.8.2. 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. Digitales Marketing und elektronischer Handel

- 14.2.1. Ziele des digitalen Marketings und des elektronischen Handels
- 14.2.2. Digitales Marketing und die dabei verwendeten Medien
- 14.2.3. Elektronischer Handel. Allgemeiner Kontext
- 14.2.4. Kategorien des elektronischen Handels
- 14.2.5. Vor- und Nachteile des E-Commerce im Vergleich zum traditionellen Handel

14.3. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke

- 14.3.1. Online-Strategien zur Verbesserung des Rufs Ihrer Marke
- 14.3.2. *Branded Content & Storytelling*

14.4. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden

- 14.4.1. Strategien für Loyalität und Engagement über das Internet
- 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.4.3. *Hypersegmentierung*

14.5. Verwaltung digitaler Kampagnen

- 14.5.1. Was ist eine digitale Werbekampagne?
- 14.5.2. Schritte zum Start einer Online-Marketing-Kampagne
- 14.5.3. Fehler bei digitalen Werbekampagnen

14.6. Verkaufsstrategie

- 14.6.1. Verkaufsstrategie
- 14.6.2. Verkaufsmethoden

14.7. Unternehmenskommunikation

- 14.7.1. Konzept
- 14.7.2. Bedeutung der Kommunikation in der Organisation
- 14.7.3. Art der Kommunikation in der Organisation
- 14.7.4. Funktionen der Kommunikation in der Organisation
- 14.7.5. Elemente der Kommunikation
- 14.7.6. Kommunikationsprobleme
- 14.7.7. Szenarien der Kommunikation

14.8. Kommunikation und digitaler Ruf

- 14.8.1. Online-Reputation
- 14.8.2. Wie misst man die digitale Reputation?
- 14.8.3. Online-Reputationstools
- 14.8.4. Online-Reputationsbericht
- 14.8.5. *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 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. 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

07

Methodik

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



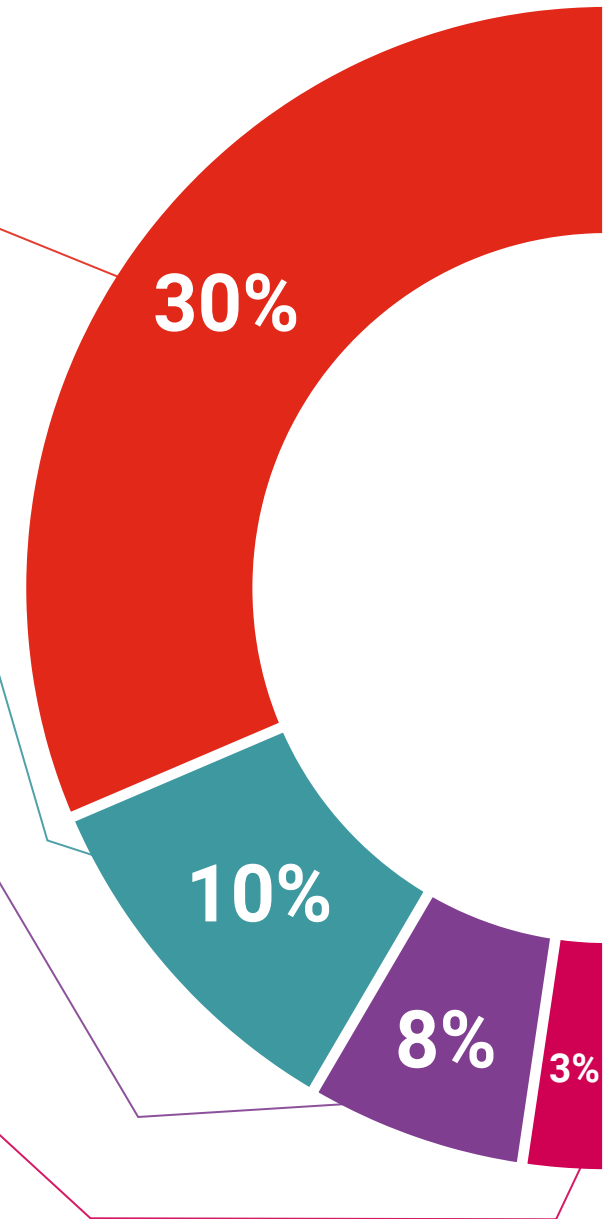
Übungen zu Managementfähigkeiten

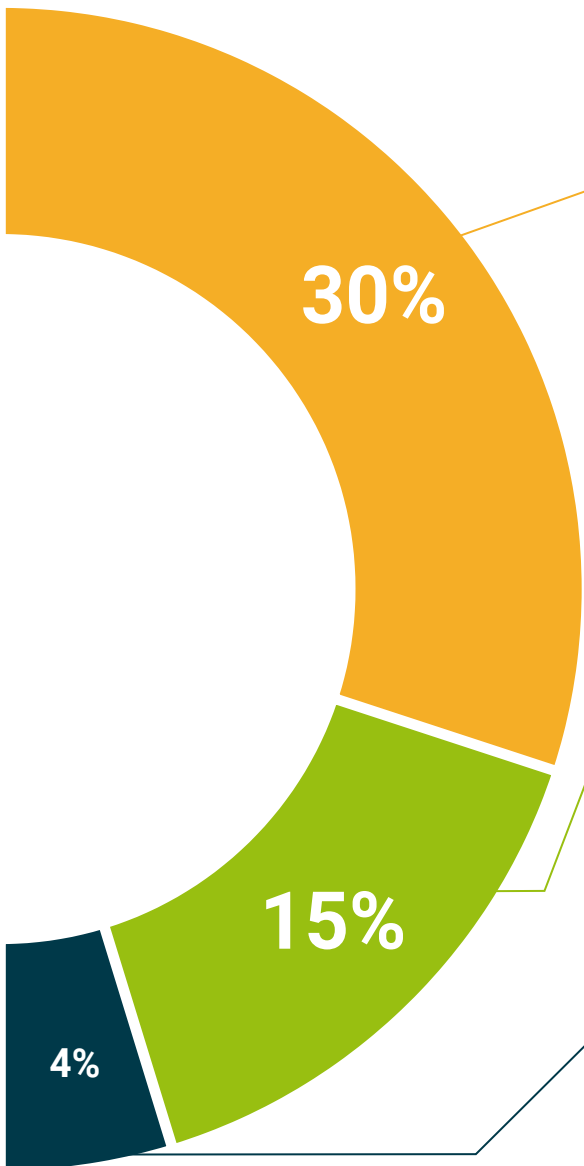
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Case Studies

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profil unserer Studenten

Der MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) ist ein Programm, das sich an Fachleute in der Branche richtet, die ihr Wissen auf den neuesten Stand bringen, neue Wege für eine erfolgreiche Arbeit entdecken und ihre berufliche Karriere vorantreiben möchten. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





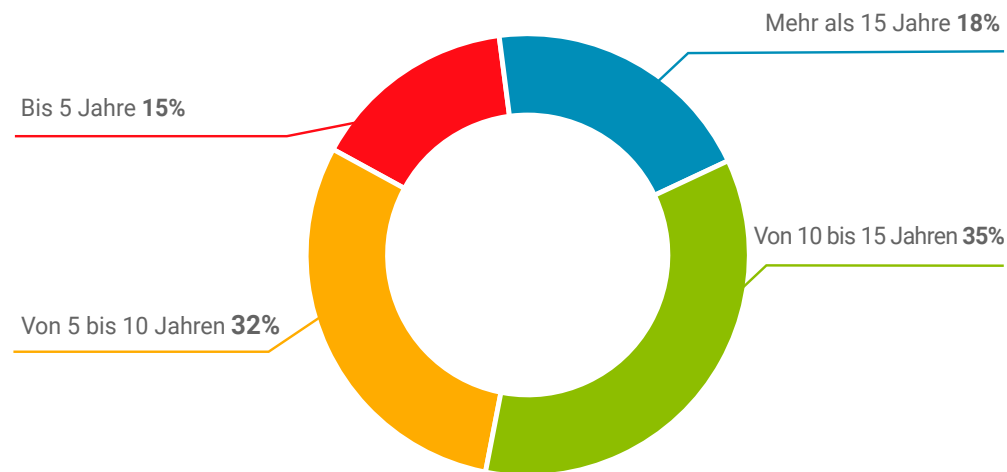
“

Wenn Sie über Führungs- und Managementenerfahrung verfügen und nach einer interessanten beruflichen Weiterentwicklung suchen, während Sie weiterhin arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie“

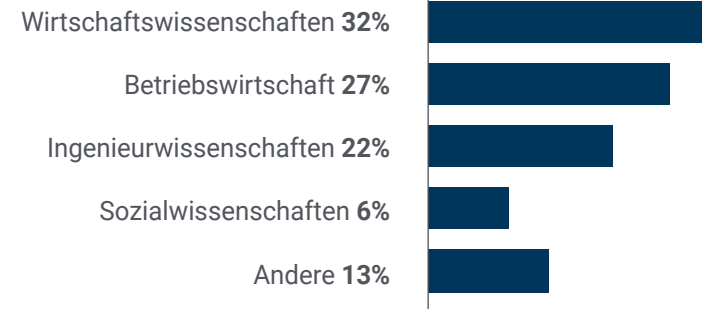
Durchschnittliches Alter

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

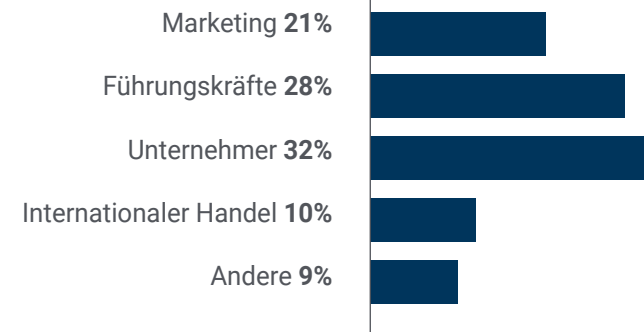
Jahre der Erfahrung



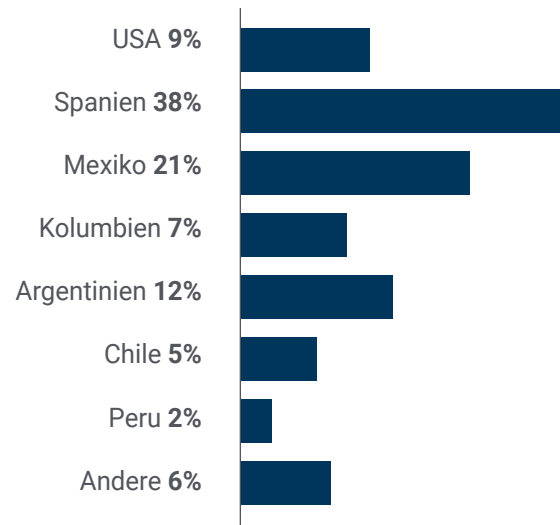
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

"In meinem Beruf ist es unerlässlich, sich ständig weiter zu spezialisieren, da ständig neue Techniken und Werkzeuge auftauchen, die für die richtige Entwicklung des Unternehmens unerlässlich sind. Deshalb hatte ich nach einem Programm gesucht, mit dem ich auf dem Laufenden bleiben kann. Zum Glück habe ich bei TECH diesen MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) gefunden, eine wichtige Fortbildung, um mich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln"

09

Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten für strategisches Unternehmensmanagement, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Ausarbeitung beteiligt, die den Executive Master interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



“

Sie werden während des gesamten Kurses von einem hochqualifizierten Dozententeam für strategische Unternehmensführung betreut, das Ihnen eine ganz persönliche Betreuung bietet“

Internationaler Gastdirektor

Ilias Jumadilov ist ein führender internationaler Fachmann mit umfassender Erfahrung in Europa, Asien und Amerika. Der Schwerpunkt seiner Laufbahn lag auf **Management, Strategie und Geschäftsentwicklung**, wobei er in verschiedenen Regionen beachtliche Erfolge erzielte.

So war er als **Direktor für Unternehmensstrategie** bei **Schneider Electric** tätig, wo er den **globalen Strategieprozess und die Plattform geleitet hat**. In diesem Zusammenhang hat er mit seinem innovativen Ansatz neue **Wachstumschancen** im Wert von über 100 Milliarden Euro identifiziert und war maßgeblich an der **Entwicklung von Prognosemodellen und der Bereitstellung strategischer Erkenntnisse** beteiligt, die die Wettbewerbsposition des Unternehmens gestärkt haben.

Außerdem war er bei demselben Unternehmen als **Direktor für den internationalen Vertrieb und Europa** tätig, wo er in mehreren Ländern die **Umstrukturierung des Unternehmens** leitete und **Vertriebsorganisationen** einrichtete, die die **Effizienz und Produktivität** erheblich steigerten. Mehr als 10.000 **Vertriebsmitarbeiter** auf der ganzen Welt haben sich seine Fähigkeit, **wichtige Vertriebsprozesse** zu implementieren, und seinen Fokus auf die **Segmentierung des Kundenportfolios** zu eigen gemacht und damit seinen Ruf als **Führungspersönlichkeit im Bereich Vertrieb und digitale Transformation** gefestigt.

Zusätzlich zu seiner Karriere bei **Schneider Electric** hat Ilias Jumadilov **Startups** zu wichtigen Themen wie **künstliche Intelligenz, Metaverse und internationale Geschäfte** beraten, wobei er sein tiefes Wissen über **KI-Geschäftsanwendungen** und seine Fähigkeit, **Wettbewerbsstrategien** zu lenken, eingebracht hat. Aufgrund seiner **Blockchain-Expertise** war er Mitbegründer des **zentralasiatischen Blockchain-Netzwerks** und hat maßgeblich zur **Gesetzgebung für digitale Währungen** in Kirgisistan beigetragen. Darüber hinaus ist seine Arbeit für das **Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP)** und andere Organisationen für ihre Wirkung und Relevanz im **technologischen und wirtschaftlichen Bereich** bekannt.



Hr. Jumadilov, Ilias

- Direktor für Unternehmensstrategie bei Schneider Electric, Boston und Hongkong
- Berater für *Startups* in den Bereichen künstliche Intelligenz, Metaverse und internationale Unternehmen
- Direktor für internationalen Vertrieb & Europa bei Schneider Electric, Barcelona und Almaty
- Produkt- und Marketingmanager bei Schneider Electric, Grenoble
- Mitbegründer der Central Asia *Blockchain* Network Association
- Masterstudiengang in Wirtschaftswissenschaften von der Universität Grenoble Alpes, Frankreich
- Universitätskurs in Unternehmertumstechnologie der Universität von Stanford, USA
- Hochschulabschluss in Wirtschaft und Management, Nationale Staatliche Universität von Kirgisistan



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

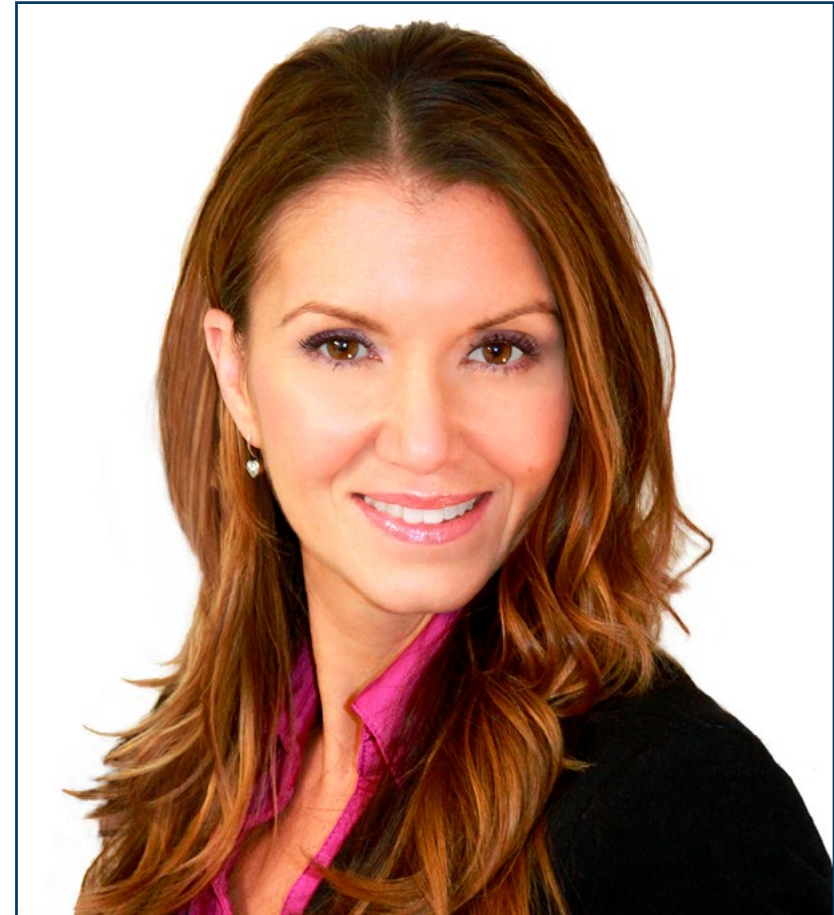
Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



Fr. Dove, Jennifer

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

“

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

Internationaler Gastdirektor

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"

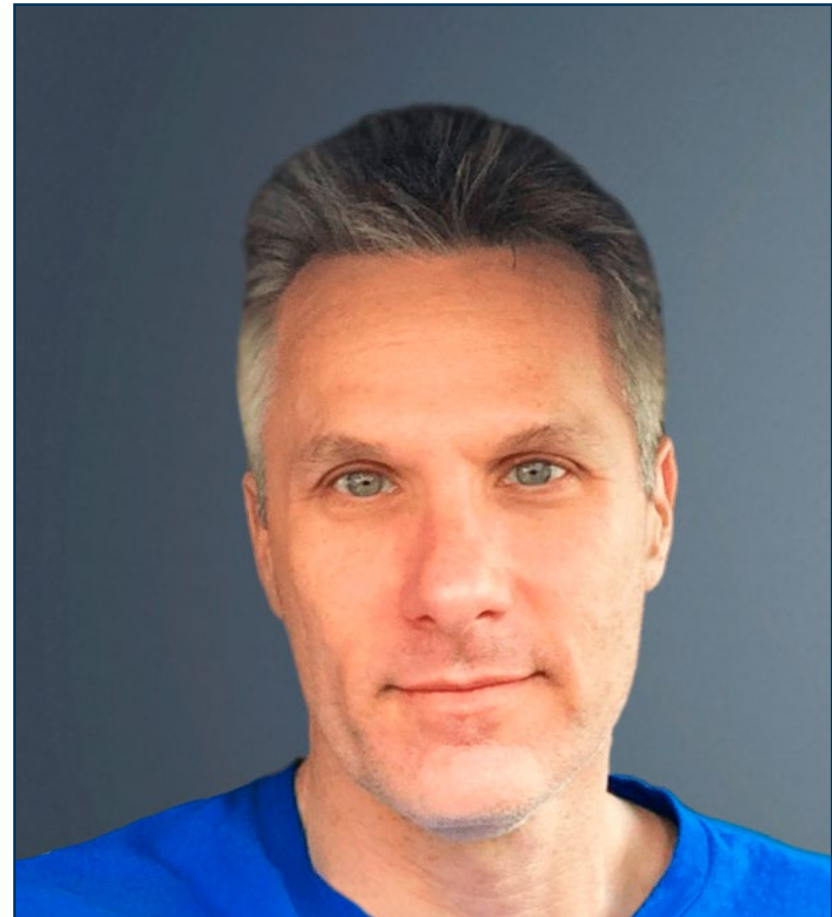
Internationaler Gastdirektor

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



Dr. Fernández Curtiella, Francisco Javier

- ♦ Forscher am Observatorium - Internationales Zentrum für kontinuierliche Innovation
- ♦ Philosophielehrer und Koordinator der sozialwissenschaftlichen Abteilung der Schule San Gabriel
- ♦ Dozent bei der Stiftung HÔRREUM
- ♦ Promotion in Philosophie an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Philosophie an der Universität von Barcelona
- ♦ Pädagogisches Eignungszertifikat der Universität von Barcelona
- ♦ Forscher an der UPV/EHU



10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das ultimative Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Deshalb stellen wir bei TECH alle unsere Ressourcen zu Ihrer Verfügung, damit Sie in kurzer Zeit die von Ihnen gewünschte Spezialisierung erwerben und so eine positive berufliche Veränderung erreichen können, die Ihren beruflichen Erwartungen gerecht wird.





“

Wir setzen uns voll und ganz dafür ein, dass Sie die von Ihnen gewünschte berufliche Veränderung erreichen"

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

Der MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Entscheidungen auf strategischer und allgemeiner Managementebene vorbereiten wird. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf professioneller Ebene erreichen und mit den Besten interagieren möchten, sind Sie hier genau richtig.

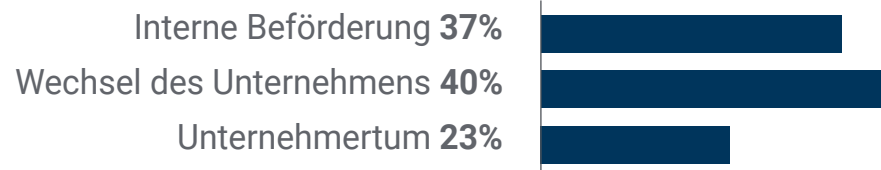
TECH stellt Ihnen alle Ressourcen zur Verfügung, um Sie zum Erfolg zu führen.

Eine höhere Spezialisierung ermöglicht es Ihnen, Ihre Karriere zu verbessern.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

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



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) trägt dazu bei, die Talente eines Unternehmens zu ihrem vollen Potenzial zu führen, indem er Führungskräfte auf höchster Ebene spezialisiert. Die Teilnahme an diesem akademischen Programm wird sie also nicht nur persönlich, sondern vor allem auch beruflich weiterbringen, indem sie sich weiterbilden und ihre Managementfähigkeiten verbessern. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen, um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

Nachdem Sie bei uns studiert haben, werden Sie eine umfassendere Vision des Geschäfts haben, die es Ihnen ermöglichen wird, ein Vorher und Nachher in Ihrem Unternehmen zu markieren"

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 Strategie (CSO, Chief Strategy Officer) garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

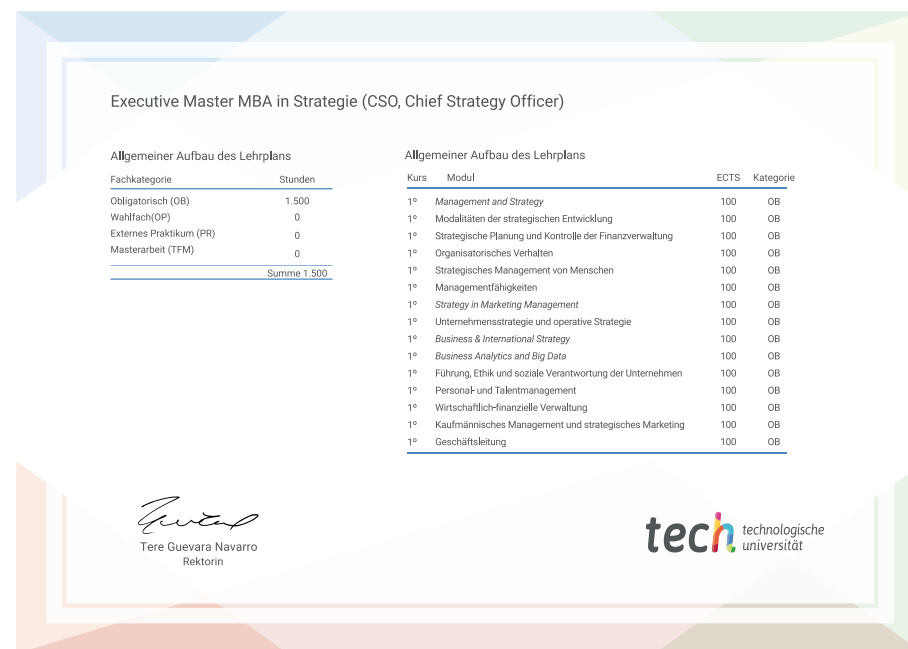
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

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

Titel: **Executive Master MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



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



Executive Master MBA in Strategie (CSO, Chief Strategy Officer)

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

Executive Master

MBA in Strategie

(CSO, Chief Strategy Officer)

