

Executive Master

Vertrieb und Kaufmännisches Management

M V K M



Executive Master Vertrieb und Kaufmännisches Management

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-vertrieb-kaufmannisches-management

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 34

08

Profil unserer Studenten

Seite 42

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 46

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 50

11

Qualifizierung

Seite 54

01

Willkommen

In den letzten zehn Jahren hat sich der Handel so stark gewandelt wie nie zuvor. Dies unterstreicht die Notwendigkeit für Unternehmen, neue Berufsprofile zu integrieren, die in der Lage sind, den Handel auf eine neue Art zu verstehen und eine strategische Vision in die kaufmännische Arbeit einzubringen. So haben neue Technologien und die jüngsten Fortschritte in der Kommunikation den Unternehmen neue Instrumente für die Produktkontrolle und -analyse verschafft. Außerdem haben sich die Verbrauchergewohnheiten geändert, denn die Kunden entscheiden sich zunehmend für das Online-Shopping. Mit diesem Programm in Vertrieb und Kaufmännisches Management wird der Student die notwendigen Fähigkeiten entwickeln, um die kaufmännischen Aktivitäten des Unternehmens strategisch zu verwalten, und zwar aus einer ganzheitlichen und globalen Perspektive, die es ihm ermöglicht, die effektivsten Instrumente für jeden Teil des Prozesses zu nutzen.



Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management.
TECH Technologische Universität

“

Die Unternehmen verlangen nach Führungskräften mit einem breiten Spektrum an Spezialisierungen. Aus diesem Grund bieten wir Ihnen bei TECH maßgeschneiderte Programme an, die auf Ihre Interessen abgestimmt sind“

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 Ausbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge 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 sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

Jährlich geschulte 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 der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer 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 den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



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, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer 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. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung 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

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

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

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

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

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigorese 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

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

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

04 Ziele

Mit dem Ziel, die Kenntnisse der Studenten in allen Bereichen des kaufmännischen und Vertriebsmanagements zu vertiefen und zu erneuern, hat TECH diesen Executive Master mit einem vollständigen Lehrplan entwickelt, der entsprechend den Anforderungen des Berufs aktualisiert wurde. So wird dieser akademische Prozess zu einer einzigartigen Gelegenheit für den Studenten, sich als erfolgreiche Fachkraft zu etablieren, die Unternehmen hilft, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Eine gefragte Fachkraft, die ihre persönlichen, beruflichen und Gehaltserwartungen erfüllt.



“

Internationale Erfahrung, ethisches Engagement und unternehmerische Weitsicht sind einige der gefragtesten Eigenschaften für Führungskräfte im digitalen Zeitalter"

**TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.**

Der **Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Definieren neuer Trends und Entwicklungen
in der Unternehmensführung

04

Entwickeln von Strategien zur Führung von Unternehmen
und Vertriebsteams in Zeiten des Wandels

02

Entwickeln, Leiten und Ausführen effektiverer,
kundenorientierter Verkaufsstrategien, die
personalisierte Wertangebote bieten

03

Entwickeln von Strategien für die Entscheidungsfindung
in einem komplexen und instabilen Umfeld und
Bewertung der Auswirkungen auf das Unternehmen



05

Erarbeiten der geeignetsten Programme für die Auswahl, Schulung, Incentivierung, Überwachung und Entwicklung der Vertriebsmitarbeiter

06

Entwickeln der Fähigkeit Probleme zu erkennen, zu analysieren und zu lösen

07

Erläutern des Unternehmens aus globaler Sicht sowie die Verantwortung und die neue Rolle der kaufmännischen Direktoren

08

Entwickeln der wesentlichen Kompetenzen für das strategische Management der kaufmännischen Tätigkeit der Organisation



09

Entwickeln innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der kaufmännischen Verwaltung und Effizienz

10

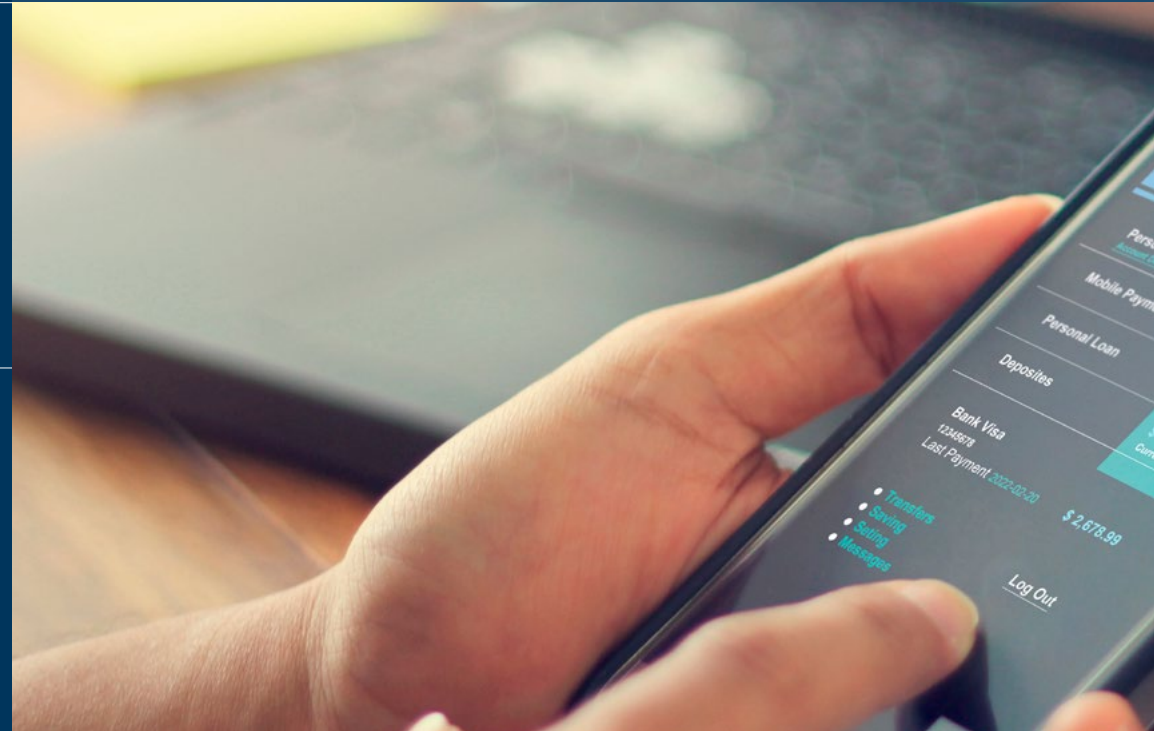
Formulieren und Umsetzen einer Geschäftspolitik als Wachstumsstrategie, die das Unternehmen an die Veränderungen im nationalen und internationalen Umfeld anpasst.

11

Erwerben von Führungsqualitäten zur erfolgreichen Leitung von Vertriebs- und Marketingteams

12

Kennen des gesamten Prozesses der Logistik- und Betriebskette des Unternehmens



13

In der Lage sein Verkaufsteams zu organisieren und zu leiten

14

Durchführen von internationalen Vertriebs- und Marketingstrategien

15

Integrieren verschiedener digitaler Werkzeuge in die Unternehmensstrategie

16

Durchführen von Marktforschung, um die Konkurrenz zu verstehen und Differenzierungsstrategien zu entwickeln



05

Kompetenzen

Nach Bestehen der in diesem Executive Master vorgesehenen Prüfungen wird der Student vollständig darauf vorbereitet sein, als kaufmännischer und Vertriebsleiter in angesehenen internationalen Unternehmen zu arbeiten. Auf diese Weise wird er in der Lage sein, Aktionspläne mit einem ausgeprägten strategischen Sinn vorzuschlagen, zu entwerfen und umzusetzen, die auf den Interessen der Zielgruppe beruhen und gleichzeitig ergebnisorientiert sind.



“

Sie werden in der Lage sein, ein erfolgreicher kaufmännischer und Vertriebsmanager zu werden und Ihre persönlichen Perspektiven auf eine neue Ebene zu heben. Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen”

01

Anwenden spezifischer Führungsqualitäten im Bereich Vertrieb und kaufmännisches Management

02

Erfolgreiches Verwalten multikultureller Teams

03

Analysieren der Rentabilität von Investitionsprojekten und der Wertschöpfung

04

Analysieren der finanziellen Auswirkungen von Managemententscheidungen

05

Anwenden von quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden und -techniken



06

Verfügen über gründliche Kenntnisse der Marketingtechniken

08

Kontrollieren der kaufmännischen Tätigkeit des Unternehmens

09

Durchführen von Geschäftsprüfungen

07

Durchführen einer korrekten kommerziellen Organisation und Verkaufsstrategie

10

Anwenden von Coaching-Techniken bei Verkaufsaktionen



06

Struktur und Inhalt

Die Arbeitswelt verlangt von Fachleuten eine kontinuierliche und effektive Weiterbildung, die den aktuellen Standards angepasst ist. Bei TECH wissen wir, dass der Online-Unterricht das einzige Mittel ist, das den Studenten zur Verfügung steht, um ihre Fortbildung mit ihrer Arbeit in Einklang zu bringen. Aus diesem Grund wird dem Studenten ein 100%iger Online-Studienplan zur Verfügung gestellt, damit er selbst entscheiden kann, wann und wo er lernen möchte. All dies wird in einem Programm zusammengefasst, das sich über 12 Monate erstreckt und eine einzigartige und anregende Erfahrung sein soll, die den Grundstein für den beruflichen Erfolg als kaufmännischer und Vertriebsleiter legt.



“

*Entwickeln Sie die Fähigkeiten, die Sie benötigen,
um Ihre tägliche Arbeit erfolgreich auszuführen
und in kurzer Zeit in Ihrem Beruf voranzukommen"*

Lehrplan

Der Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das den Studenten darauf vorbereitet, geschäftliche Herausforderungen und Entscheidungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

Im Laufe des Programms wird der Student aus erster Hand die Richtlinien kennenlernen, die die logistische und wirtschaftliche Verwaltung eines Unternehmens bestimmen, wichtige Aspekte, wenn es um die Verwaltung des kaufmännischen Bereichs geht. Ebenso wird er lernen, wie man eine gründliche Marktforschung durchführt, um das tatsächliche Verhalten des Umfelds, in dem das Produkt vermarktet werden soll, und folglich die jeweils am besten geeigneten Strategien zu kennen.

Allgemeine Aspekte der Unternehmensführung wie Führung, wirtschaftliches und digitales Management der Organisation werden ebenfalls untersucht. Auf diese Weise wird der künftige Manager über eine Reihe von übergreifenden Kompetenzen verfügen, die ihn zu einer erfolgreichen Fachkraft auf ganzheitlicher Ebene machen werden.

Aus all diesen Gründen ist dieser Executive Master zweifellos eine einzigartige Gelegenheit für Studenten, denn er ermöglicht ihnen eine vielversprechende berufliche Zukunft mit hohen Gehaltsaussichten durch ein akademisches Programm, das ihre Bedürfnisse und die des Marktes versteht und sie durch eine bewährte und effektive Methodik erfüllt.

Dieses Programm erstreckt sich über 12 Monate und ist in 11 Module unterteilt:

Modul 1	Management und Führung
Modul 2	Logistik und wirtschaftliches Management
Modul 3	Kaufmännisches Management
Modul 4	Marktforschung
Modul 5	Planung von Verkaufskampagnen
Modul 6	Kaufmännische Organisation und Organisation des Vertriebsteams
Modul 7	Auswahl, Schulung und <i>Coaching</i> des Vertriebsnetzes
Modul 8	Geschäftsprozess
Modul 9	<i>Customer relationship management</i>
Modul 10	Integration digitaler Kanäle in die Geschäftsstrategie
Modul 11	Internationaler Handel und Marketing



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit diesen Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management 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 und Führung

1.1. Allgemeines Management

- 1.1.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
- 1.1.2. Management-Politik und -Prozesse
- 1.1.3. Society and Enterprise

1.2. Strategisches Management

- 1.2.1. Festlegung der strategischen Position: Auftrag, Vision und Werte
- 1.2.2. Entwicklung neuer Geschäftsfelder
- 1.2.3. Wachstum und Konsolidierung des Unternehmens

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. Driving Corporate Strategy
- 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
- 1.4.3. Framing Corporate Strategy

1.5. Planung und Strategie

- 1.5.1. Die Bedeutung der strategischen Ausrichtung im Managementkontrollprozess
- 1.5.2. Analyse des Umfelds und der Organisation
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Talentmanagement

- 1.6.1. Management des Humankapitals
- 1.6.2. Umwelt, Strategie und Metrik
- 1.6.3. Innovation im Personalmanagement

1.7. Managemententwicklung und Führung

- 1.7.1. Leadership und Führungsstile
- 1.7.2. Motivation
- 1.7.3. Emotionale Intelligenz
- 1.7.4. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0
- 1.7.5. Effiziente Meetings

1.8. Änderungsmanagement

- 1.8.1. Leistungsanalyse
- 1.8.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen
- 1.8.3. Management von Veränderungsprozessen
- 1.8.4. Leitung multikultureller Teams

Modul 2. Logistik und wirtschaftliches Management

2.1. Finanzielle Diagnose

- 2.1.1. Indikatoren für die Analyse von Jahresabschlüssen
- 2.1.2. Analyse der Rentabilität
- 2.1.3. Wirtschaftliche und finanzielle Rentabilität eines Unternehmens

2.2. Wirtschaftliche Analyse von Entscheidungen

- 2.2.1. Haushaltskontrolle
- 2.2.2. Wettbewerbsanalyse. Vergleichende Analyse
- 2.2.3. Entscheidungsfindung. Investitionen oder Desinvestitionen von Unternehmen

2.3. Investitionsbewertung und portfolio management

- 2.3.1. Rentabilität von Investitionsprojekten und Wertschöpfung
- 2.3.2. Modelle für die Bewertung von Investitionsprojekten
- 2.3.3. Sensitivitätsanalyse, Szenarienbildung und Entscheidungsbäume

2.4. Leitung der Einkaufslogistik

- 2.4.1. Verwaltung der Bestände
- 2.4.2. Lagerverwaltung
- 2.4.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

2.5. Supply Chain Management

- 2.5.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
- 2.5.2. Veränderte Nachfragemuster
- 2.5.3. Änderung der Betriebsstrategie

2.6. Logistische Prozesse

- 2.6.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
- 2.6.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
- 2.6.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
- 2.6.4. Service nach dem Verkauf

2.7. Logistik und Kunden

- 2.7.1. Bedarfsanalyse und -prognose
- 2.7.2. Absatzprognose und -planung
- 2.7.3. Collaborative planning, forecasting and replacement

2.8. Internationale Logistik

- 2.8.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 2.8.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
- 2.8.3. Internationale Logistikplattformen

Modul 3. Kaufmännisches Management

3.1. Kommerzielle Verhandlung

- 3.1.1. Emotionale Intelligenz in Verhandlung und Verkauf
- 3.1.2. Eigenmotivation und Einfühlungsvermögen
- 3.1.3. Entwicklung von Verhandlungsgeschick

3.2. Grundlagen der Unternehmensführung

- 3.2.1. Interne und externe Analyse. SWOT
- 3.2.2. Sektor- und Wettbewerbsanalyse
- 3.2.3. CANVAS-Modell

3.3. Entscheidungsfindung im Vertriebsmanagement

- 3.3.1. Unternehmensstrategie und Wettbewerbsstrategie
- 3.3.2. Modelle zur Entscheidungsfindung
- 3.3.3. Analyse- und Entscheidungshilfen

3.4. Führung und Management des Vertriebsnetzes

- 3.4.1. Planung von Verkaufskampagnen
- 3.4.2. Netze im Dienste der Wirtschaftstätigkeit
- 3.4.3. Maßnahmen zur Auswahl und Schulung von Verkäufern
- 3.4.4. Sales Management

3.5. Umsetzung der Handelsfunktion

- 3.5.1. Handelsvertrag
- 3.5.2. Kontrolle der gewerblichen Tätigkeit
- 3.5.3. Der Ehrenkodex des Handelsvertreters

3.6. Finanzielle und budgetäre Verwaltung

- 3.6.1. Balanced Scorecard
- 3.6.2. Kontrolle des jährlichen Verkaufsplans
- 3.6.3. Finanzielle Auswirkungen von strategischen Entscheidungen

Modul 4. Marktforschung

4.1. Neues Wettbewerbsumfeld

- 4.1.1. Technologische Innovation und wirtschaftliche Auswirkungen
- 4.1.2. Wissensgesellschaft
- 4.1.3. Das neue Verbraucherprofil

4.2. Quantitative Forschungsmethoden und -techniken

- 4.2.1. Variablen und Mess-Skalen
- 4.2.2. Informationsquellen
- 4.2.3. Probenahmeverfahren
- 4.2.4. Datenverarbeitung und -analyse

4.3. Qualitative Forschungsmethoden und -techniken

- 4.3.1. Direkte Techniken: Focus Group
- 4.3.2. Anthropologische Techniken
- 4.3.3. Indirekte Techniken
- 4.3.4. Two face mirror und Delphi-Methode

4.4. Online-Marktforschung

- 4.4.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Onlinemärkten
- 4.4.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente
- 4.4.3. Analyse und Interpretation der erhobenen Daten

4.5. Marktsegmentierung

- 4.5.1. Markttypologien
- 4.5.2. Konzept und Analyse der Nachfrage
- 4.5.3. Segmentierung und Kriterien
- 4.5.4. Definition des Zielpublikums

4.6. Arten des Kaufverhaltens

- 4.6.1. Komplexes Verhalten
- 4.6.2. Dissonanzreduzierendes Verhalten
- 4.6.3. Vielfältiges Suchverhalten
- 4.6.4. Gewöhnliches Kaufverhalten

4.7. Informationssysteme im kaufmännischen Management

- 4.7.1. Konzeptionelle Ansätze für betriebswirtschaftliche Informationssysteme
- 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
- 4.7.3. Geografische Informationssysteme

4.8. Management von Forschungsprojekten

- 4.8.1. Instrumente zur Information
- 4.8.2. Entwicklung des Erwartungsmanagementplans
- 4.8.3. Bewertung der Durchführbarkeit des Projekts

4.9. Marketing intelligence angewandt auf kaufmännisches Management

- 4.9.1. Big Data
- 4.9.2. Benutzererfahrung
- 4.9.3. Anwendung von Techniken

4.10. Agenturen, Medien und Online-Kanäle

- 4.10.1. Integrierte, kreative und Online-Agenturen
- 4.10.2. Traditionelle und neue Medien
- 4.10.3. Online-Kanäle
- 4.10.4. Andere digitale Akteure

Modul 5. Planung von Verkaufskampagnen

5.1. Analyse des Kundenportfolios

- 5.1.1. Kundenplanung
- 5.1.2. Klassifizierung der Kunden

5.2. Kommerzielle Segmentierung

- 5.2.1. Analyse der Vertriebswege, Verkaufsgebiete und Produkte
- 5.2.2. Vorbereitung von Gewerbegebieten
- 5.2.3. Durchführung des Besuchsplans

5.3. Auswahl der Zielkunden (CRM)

- 5.3.1. Entwurf eines e-CRM
- 5.3.2. Auswirkungen und Grenzen der Datenschutzverordnung
- 5.3.3. Verbraucherorientierung
- 5.3.4. 1 zu 1 Planung

5.4. Verwaltung von Großkunden

- 5.4.1. Identifizierung von Großkunden
- 5.4.2. Vorteile und Risiken des Key Account Managers
- 5.4.3. Vertrieb & Key Account Management
- 5.4.4. Phasen des strategischen Handelns des KAM

5.5. Umsatzprognose

- 5.5.1. Geschäftsprognosen und Umsatzprognosen
- 5.5.2. Methoden der Umsatzprognose
- 5.5.3. Praktische Anwendungen der Umsatzprognose

5.6. Festlegung von Verkaufszielen

- 5.6.1. Kohärenz der Geschäfts-, Handels- und Verkaufsziele
- 5.6.2. Programmierung von detaillierten Zielen und Budgets
- 5.6.3. Verteilung der Ziele nach Geschäftsbereichen
- 5.6.4. Verkaufs- und Beteiligungsziele

5.7. Verkaufsquote und ihre Festlegung

- 5.7.1. Aktivitätsquoten
- 5.7.2. Volumen- und Rentabilitätsquoten
- 5.7.3. Teilnahmequoten
- 5.7.4. Wirtschaftliche und finanzielle Quoten
- 5.7.5. Saisonalität und Quoten

5.8. Plan für unvorhergesehene Ereignisse

- 5.8.1. Vertriebsinformations- und Kontrollsysteme
- 5.8.2. Dashboards
- 5.8.3. Abhilfemaßnahmen und Notfallpläne

Modul 6. Kaufmännische Organisation und Organisation des Vertriebsteams

6.1. Kaufmännische Organisation

- 6.1.1. Einführung in die kaufmännische Organisation
- 6.1.2. Die typischsten kaufmännischen Strukturen
- 6.1.3. Organisation der Delegationen
- 6.1.4. Entwicklung von Organisationsmodellen für Unternehmen

6.2. Organisation des Vertriebsnetzes

- 6.2.1. Organigramm der Abteilung
- 6.2.2. Gestaltung von Vertriebsnetzen
- 6.2.3. Mehrkanalige Realität

6.3. Interne Marktanalyse

- 6.3.1. Definition der Dienstleistungskette
- 6.3.2. Analyse der Dienstgüte
- 6.3.3. Produkt-Benchmarking
- 6.3.4. Wichtige Erfolgsfaktoren für Unternehmen

6.4. Verkaufsstrategie

- 6.4.1. Verkaufsmethoden
- 6.4.2. Anwerbungsstrategien
- 6.4.3. Dienstleistungsstrategien

6.5. Go-to-market strategy

- 6.5.1. Channel management
- 6.5.2. Wettbewerbsvorteil
- 6.5.3. Außendienst

6.6. Kontrolle der gewerblichen Tätigkeit

- 6.6.1. Schlüsselkennzahlen und Kontrollmethoden
- 6.6.2. Überwachungsinstrumente
- 6.6.3. Methodik der Balanced Scorecard

6.7. Organisation des Kundendienstes

- 6.7.1. Maßnahmen nach dem Verkauf
- 6.7.2. Kundenbeziehungen
- 6.7.3. Selbstanalyse und Verbesserung

6.8. Wirtschaftsprüfung

- 6.8.1. Mögliche Interventionslinien
- 6.8.2. Kaufmännische Express-Prüfung
- 6.8.3. Strategische Bewertung des Teams
- 6.8.4. Bewertung der Marketingpolitik

Modul 7. Auswahl, Schulung und Coaching des Vertriebsnetzes

<p>7.1. Verwaltung des Humankapitals</p> <p>7.1.1. Intellektuelles Kapital. Der immaterielle Wert des Wissens</p> <p>7.1.2. Talent acquisition</p> <p>7.1.3. Verhinderung des Verlusts von Personalressourcen</p>	<p>7.2. Auswahl des Verkaufsteams</p> <p>7.2.1. Einstellungsmaßnahmen</p> <p>7.2.2. Profile von Anbietern</p> <p>7.2.3. Vorstellungsgespräch</p> <p>7.2.4. Empfangsplan</p>	<p>7.3. Schulung von hochrangigen Vertriebsmitarbeitern</p> <p>7.3.1. Schulungsplan</p> <p>7.3.2. Merkmale und Tätigkeiten des Verkäufers</p> <p>7.3.3. Schulung und Management von Hochleistungsteams</p>	<p>7.4. Verwaltung der Schulung</p> <p>7.4.1. Theorien des Lernens</p> <p>7.4.2. Entdeckung und Bindung von Talenten</p> <p>7.4.3. Gamification und Talentmanagement</p> <p>7.4.4. Schulung und berufliche Überalterung</p>
<p>7.5. Persönliches Coaching und emotionale Intelligenz</p> <p>7.5.1. Emotionale Intelligenz in der Verkaufstechnik</p> <p>7.5.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören</p> <p>7.5.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache</p> <p>7.5.4. Multiple Intelligenzen</p>	<p>7.6. Motivation</p> <p>7.6.1. Die Natur der Motivation</p> <p>7.6.2. Erwartungstheorie</p> <p>7.6.3. Theorien der Bedürfnisse</p> <p>7.6.4. Motivation und finanzieller Ausgleich</p>	<p>7.7. Vergütung der Vertriebsnetze</p> <p>7.7.1. Vergütungssysteme</p> <p>7.7.2. Anreiz- und Vergütungssysteme</p> <p>7.7.3. Verteilung der Lohnbestandteile</p>	<p>7.8. Entschädigung und nicht-wirtschaftliche Leistungen</p> <p>7.8.1. Programme zur Verbesserung der Lebensqualität am Arbeitsplatz</p> <p>7.8.2. Erweiterung und Bereicherung der Stelle</p> <p>7.8.3. Flexible Arbeitszeiten und Jobsharing</p>

Modul 8. Geschäftsprozess

<p>8.1. Entwicklung des Verkaufsprozesses</p> <p>8.1.1. Methodik im Verkaufsprozess</p> <p>8.1.2. Aufmerksamkeitsstark und argumentativ</p> <p>8.1.3. Einwände und Demonstration</p>	<p>8.2. Vorbereitung der Geschäftsreise</p> <p>8.2.1. Untersuchung der Kundendatei</p> <p>8.2.2. Festlegung von Verkaufszielen für den Kunden</p> <p>8.2.3. Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch</p>	<p>8.3. Durchführung der Geschäftsbesichtigung</p> <p>8.3.1. Präsentation für den Kunden</p> <p>8.3.2. Bedarfsanalyse</p> <p>8.3.3. Argumentation</p>	<p>8.4. Psychologie und Verkaufstechniken</p> <p>8.4.1. Begriffe aus der Psychologie, angewandt auf den Verkauf</p> <p>8.4.2. Techniken zur Verbesserung der verbalen und nonverbalen Kommunikation</p> <p>8.4.3. Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen</p>
<p>8.5. Verhandlung und Abschluss des Verkaufs</p> <p>8.5.1. Phasen der Verhandlung</p> <p>8.5.2. Verhandlungstaktik</p> <p>8.5.3. Abschluss und Kundenbindung</p> <p>8.5.4. Analyse des kaufmännischen Besuchs</p>	<p>8.6. Der Loyalitätsprozess</p> <p>8.6.1. Eingehende Kenntnis des Kunden</p> <p>8.6.2. Der mit dem Kunden durchzuführende Geschäftsprozess</p> <p>8.6.3. Der Wert des Kunden für das Unternehmen</p>		

Modul 9. Customer relationship management

9.1. Den Markt und den Verbraucher kennen

- 9.1.1. Open innovation
- 9.1.2. Competitive Intelligence
- 9.1.3. Share economy

9.2. CRM und Beziehungsmarketing

- 9.2.1. Unternehmensphilosophie oder strategische Ausrichtung
- 9.2.2. Kundenidentifikation und -differenzierung
- 9.2.3. Das Unternehmen und seine Stakeholder
- 9.2.4. Clienting

9.3. Database marketing und customer relationship management

- 9.3.1. Anwendungen des database marketing
- 9.3.2. Gesetze und Vorschriften
- 9.3.3. Informationsquellen, Speicherung und Verarbeitung

9.4. Verbraucherpsychologie und -verhalten

- 9.4.1. Studium des Verbraucherverhaltens
- 9.4.2. Interne und externe Verbraucherfaktoren
- 9.4.3. Entscheidungsprozess der Verbraucher
- 9.4.4. Konsumverhalten, Gesellschaft, Marketing und Ethik

9.5. Bereiche des CRM management

- 9.5.1. Customer Service
- 9.5.2. Management des Außendienstes
- 9.5.3. Kundenservice

9.6. Marketing consumer centric

- 9.6.1. Segmentierung
- 9.6.2. Analyse der Rentabilität
- 9.6.3. Strategien zur Kundenbindung

9.7. Techniken für das CRM Management

- 9.7.1. Direktes Marketing
- 9.7.2. Multi-Channel-Integration
- 9.7.3. Virales Marketing

9.8. Vorteile und Gefahren bei der Einführung von CRM

- 9.8.1. CRM, Umsatz und Kosten
- 9.8.2. Kundenzufriedenheit und Loyalität
- 9.8.3. Technologische Umsetzung
- 9.8.4. Strategische und Managementfehler

Modul 10. Integration digitaler Kanäle in die Geschäftsstrategie

10.1. Verwaltung des digitalen elektronischen Handels

- 10.1.1. Neue Geschäftsmodelle für e-Commerce
- 10.1.2. Planung und Entwicklung eines strategischen Plans für den elektronischen Handel
- 10.1.3. Technologische Struktur im e-Commerce

10.2. Einführung von Techniken des e-Commerce

- 10.2.1. Soziale Medien und Integration in den e-Commerce-Plan
- 10.2.2. Multichannel-Strategie
- 10.2.3. Anpassung des Dashboards

10.3. Digital pricing

- 10.3.1. Online-Zahlungsmethoden und -Gateways
- 10.3.2. Elektronische Angebote
- 10.3.3. Digitales Preis-Timing
- 10.3.4. *E-auctions*

10.4. Vom e-Commerce zum M-Commerce und s-Commerce

- 10.4.1. Geschäftsmodelle für e-marketplaces
- 10.4.2. *S-Commerce und Markenerfahrung*
- 10.4.3. Einkaufen über mobile Geräte

10.5. Kundenintelligenz: vom e-CRM zum s-CRM

- 10.5.1. Integration des Verbrauchers in die Wertschöpfungskette
- 10.5.2. Online-Recherche und Kundenbindungstechniken
- 10.5.3. Planung einer Strategie für das Kundenbeziehungsmanagement

10.6. Verwaltung von virtuellen Gemeinschaften: community Management

- 10.6.1. Veränderung der Kommunikationsparadigmen
- 10.6.2. Business intelligence und Verbraucher 2.0
- 10.6.3. Netzwerk- und Community-Management
- 10.6.4. Verwaltung von Social-Media-Inhalten
- 10.6.5. Überwachung, Analyse und Ergebnisse in Social Media

10.7. Social media plan

- 10.7.1. Entwurf eines Plans für Social Media
- 10.7.2. Festlegung der für jedes Medium zu verfolgenden Strategie
- 10.7.3. Notfallprotokoll für den Krisenfall

10.8. Web analytics und social media intelligence

- 10.8.1. Festlegung von Zielen und KPIs
- 10.8.2. ROI in Digital Marketing
- 10.8.3. Visualisierung und Interpretation von Dashboards

Modul 11. Internationaler Handel und Marketing

11.1. Internationale Marktforschung

- 11.1.1. Marketing für Schwellenländer
- 11.1.2. PEST-Analyse
- 11.1.3. Was, wie und wohin soll exportiert werden?
- 11.1.4. Internationale Marketing-Mix-Strategien

11.2. Internationale Segmentierung

- 11.2.1. Kriterien für die internationale Marktsegmentierung
- 11.2.2. Marktlücken
- 11.2.3. Internationale Segmentierungsstrategien

11.3. Internationale Positionierung

- 11.3.1. Branding auf internationalen Märkten
- 11.3.2. Strategien zur Positionierung auf internationalen Märkten
- 11.3.3. Globale, regionale und lokale Marken

11.4. Produktstrategien auf internationalen Märkten

- 11.4.1. Produktänderung, Anpassung und Diversifizierung
- 11.4.2. Weltweit standardisierte Produkte
- 11.4.3. Die Produktpalette

11.5. Preise und Ausfuhren

- 11.5.1. Berechnung der Ausführpreise
- 11.5.2. Incoterms
- 11.5.3. Internationale Preisstrategie

11.6. Qualität im internationalen Handel

- 11.6.1. Qualität und internationaler Handel
- 11.6.2. Normen und Zertifizierungen
- 11.6.3. CE-Kennzeichnung

11.7. Internationale Förderung

- 11.7.1. Internationaler Marketing-Mix
- 11.7.2. Advertising und Werbung
- 11.7.3. Internationale Messen
- 11.7.4. Marke Land

11.8. Vertrieb über internationale Kanäle

- 11.8.1. Kanal- und Handelsmarketing
- 11.8.2. Export-Konsortien
- 11.8.3. Arten von Ausfuhren und Außenhandel



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

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 aufgibt 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 Wirtschaftsschule 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



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 Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

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 auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule 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 Online-Universität in Spanisch 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 ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

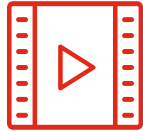
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



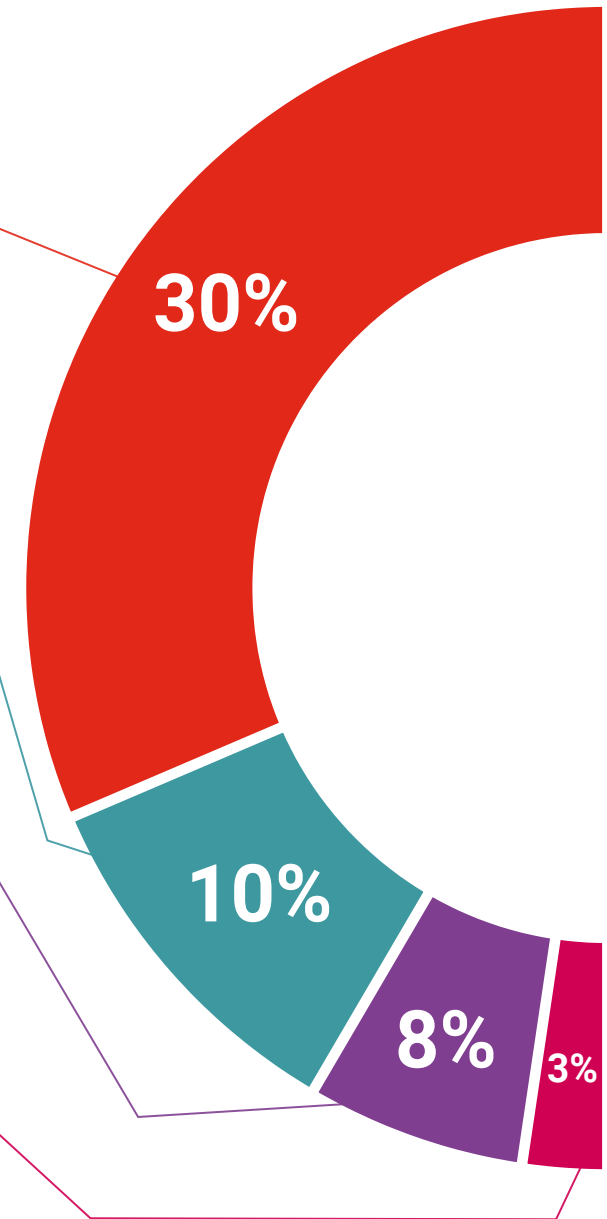
Praxis der Managementfähigkeiten

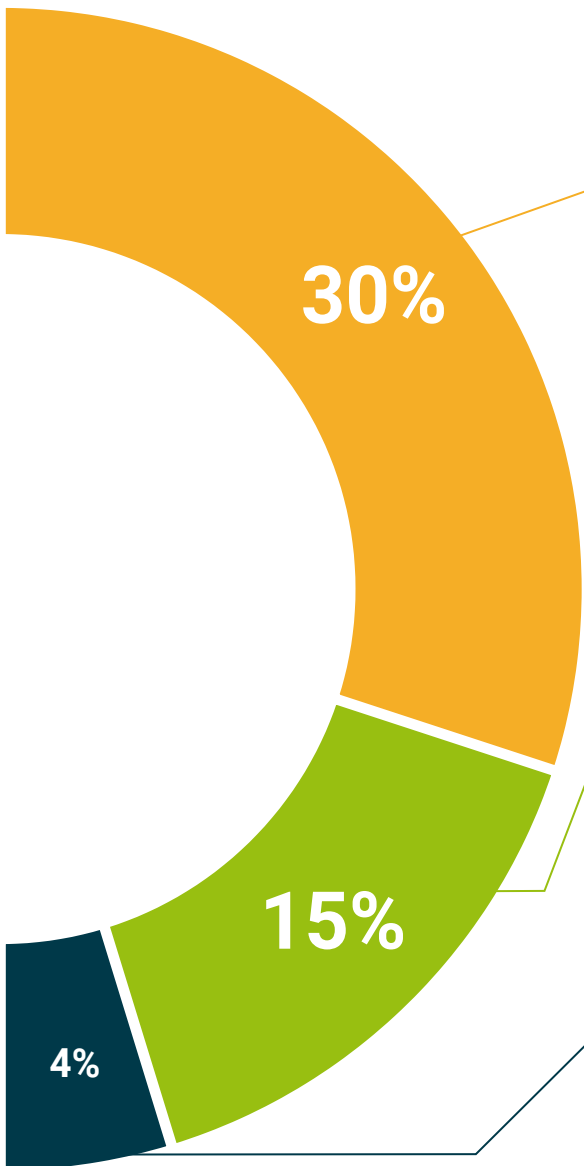
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

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.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



08

Profil unserer Studenten

Der Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management ist ein Programm, das sich an Fachleute richtet, die ihr Wissen aktualisieren, neue Verkaufsmethoden entdecken, den Markt verstehen, Techniken zur Kundenbindung und zur Leitung von Verkaufsteams entwickeln und in ihrer beruflichen Laufbahn vorankommen wollen. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.



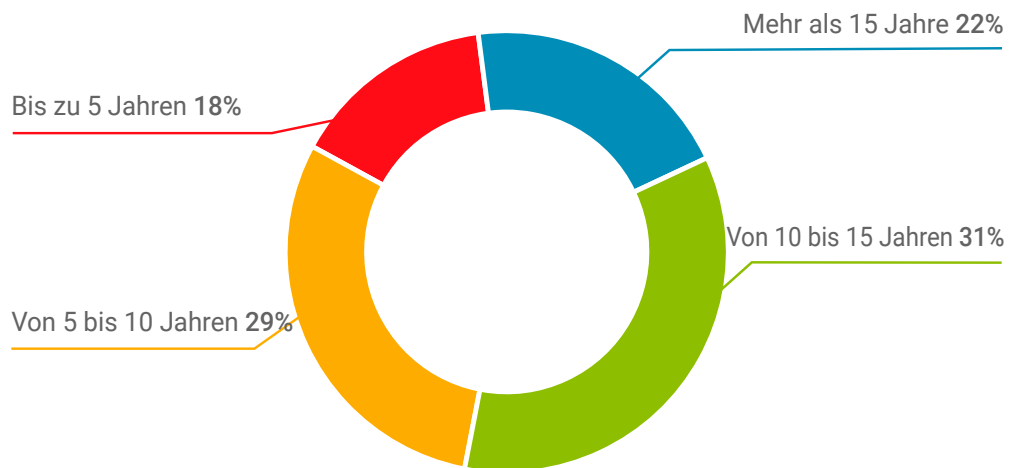


“*Unser Ziel ist es, Ihre Chancen auf beruflichen und persönlichen Erfolg zu erhöhen. Wir verwenden das beste Lehrprogramm auf dem Markt, um dies zu erreichen*”

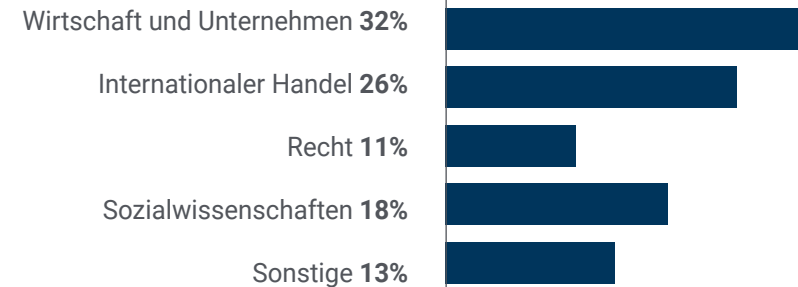
Durchschnittliches Alter

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

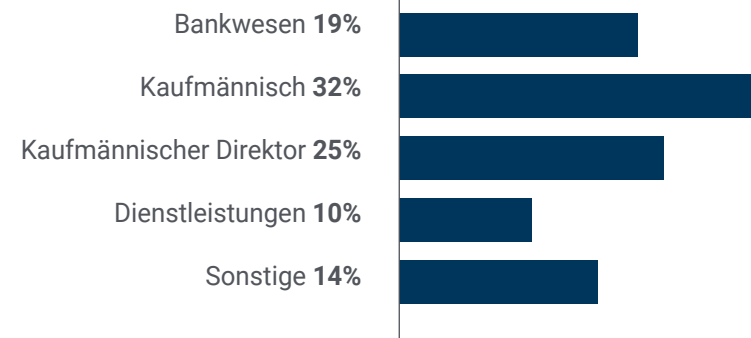
Jahre der Erfahrung



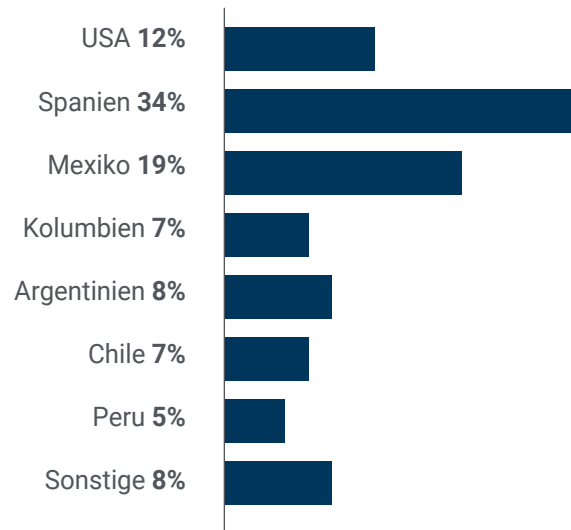
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Sonia Ortiz

Kaufmännische Direktorin

„Der Abschluss dieses Executive Masters hat es mir ermöglicht, mich über die wichtigsten Entwicklungen im Bereich Vertrieb und kaufmännisches Management auf dem Laufenden zu halten, einem Sektor, in dem ich seit mehr als 10 Jahren beruflich tätig bin. Ich bin TECH dankbar für die Möglichkeit, die sie mir mit diesem 100%igen Online-Programm geboten hat, denn sonst hätte ich mein Studium nicht fortsetzen können“

09

Kursleitung

TECH is Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten aus dem Fashion Retail Bereich, die ihre jahrelange Erfahrung in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Spezialisten aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den Executive Master auf interdisziplinäre Weise vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr nahrhaften Erfahrung auf akademischer Ebene für den Studenten machen.





“

Unser Dozententeam wird Ihnen helfen, sich die wichtigsten Kenntnisse auf diesem Gebiet anzueignen, so dass Sie sich in Ihrer täglichen Praxis problemlos weiterentwickeln können”

Internationaler Gastdirektor

Dr. Aric Rindfleisch ist eine international führende Persönlichkeit auf dem Gebiet des Marketings und der Innovation. Er widmet sich auch der Forschung in Schlüsselbereichen wie dem 3D-Druck, der Entwicklung neuer Produkte und den Werten der Verbraucher.

Er hatte leitende Funktionen inne, unter anderem als President für Marketing und CEO des Illinois MakerLab, dem weltweit ersten 3D-Drucklabor einer Business School. Hier hat er sich darauf konzentriert, Dozenten und Studenten mit dem Wissen und den Ressourcen auszustatten, die sie benötigen, um an der Spitze der aufkommenden Maker-Bewegung zu stehen und den Nutzern beizubringen, wie sie physische Objekte entwerfen, herstellen und vermarkten können.

Seine berufliche Laufbahn ist geprägt von außergewöhnlichem Engagement und umfassender Erfahrung in einer Vielzahl von Bereichen. So hat er beispielsweise im Account Management bei J. Walter Thompson Japan gearbeitet, eine Erfahrung, die ihm ein tiefes Verständnis der Geschäftswelt und der Marktdynamik vermittelt hat. Er hat auch in der Krankenhausverwaltung des Connecticut Valley Hospital gearbeitet, wo er nützliche Management- und Führungsfähigkeiten erworben hat.

Sein Beitrag geht jedoch über die Forschung hinaus, da er eine wichtige Rolle im Verlagswesen gespielt hat, indem er im Redaktionsbeirat und als Herausgeber bekannter Fachzeitschriften in den Bereichen Marketing, Verbraucherpsychologie und Supply Chain Management tätig war. Seine herausragenden Leistungen in der Lehre wurden ebenfalls durch mehrere Auszeichnungen gewürdigt, darunter die Aufnahme in die Liste der „Top 300 Professoren“ in Amerika von The Princeton Review.

Zweifellos hat Dr. Rindfleisch einen unauslöschlichen Eindruck in der globalen Gemeinschaft hinterlassen. Er hat zahlreiche Artikel in international renommierten akademischen Zeitschriften veröffentlicht, in denen er relevante und aktuelle Themen aus dem Bereich des Marketings behandelt.



Dr. Rindfleisch, Aric

- ♦ Präsident für Marketing und CEO des Illinois MakerLab, Urbana-Champaign, USA
- ♦ Assistent im Bereich Advertising Account Management bei J. Walter Thompson Japan
- ♦ Assistent der Krankenhausverwaltung am Connecticut Valley Hospital
- ♦ Promotion an der Universität von Wisconsin-Madison
- ♦ Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre an der Cornell University
- ♦ Bachelor of Science an der Connecticut State University
- ♦ Mitherausgeber bei:
 - ♦ Zeitschrift für Supply Chain Management
 - ♦ Zeitschrift für Produktinnovationsmanagement
- ♦ Mitglied des Redaktionsausschusses bei:
 - ♦ Zeitschrift der Akademie für Marketingwissenschaft
 - ♦ Zeitschrift für Verbraucherpsychologie
 - ♦ Zeitschrift für öffentliche Politik und Marketing
 - ♦ Marketingwissenschaftliche Überprüfung der Akademie für Marketingwissenschaft

“

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

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Das professionelle Team von TECH ist sich voll und ganz bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das oberste Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen.

Zu diesem Zweck wird dem Studenten eine Reihe von hochwertigen Hilfsmitteln zur Verfügung gestellt, damit er die gewünschte und verdiente Fortbildung erhalten kann.



“

Ein hochwertiges Programm zu einem unschlagbaren Preis. Das ist das Ziel von TECH, und deshalb entscheiden sich immer mehr Studenten für uns"

Studieren Sie mit einem akademischen Lehrplan, der es Ihnen ermöglicht, Ihre gewünschte Stellung zu erreichen und Ihre Gehaltsaussichten zu verbessern.

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

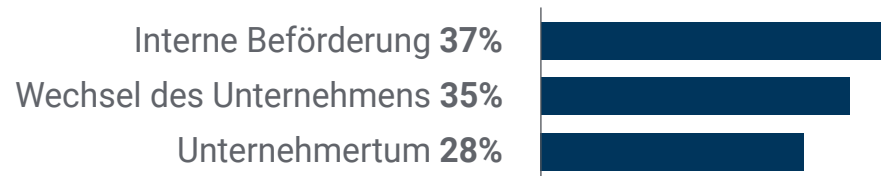
Der Executive Master in Vertrieb und kaufmännisches Management von TECH ist ein intensives Programm, das den Studenten auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im kaufmännischen Bereich vorbereitet. Das Hauptziel ist es, seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen ihm, erfolgreich zu sein.

Dieses TECH-Programm umfasst die wichtigsten Innovationen des Sektors, so dass Sie in kurzer Zeit die gewünschte Spezialisierung erwerben können.

Zeit für Veränderungen



Art der Änderung



Verbesserung der Gehälter

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



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Executive Master in Vertrieb und kaufmännisches Management trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Spezialisierung hochrangiger Führungskräfte auf ihr maximales Potenzial zu bringen. Daher wird die Teilnahme an diesem akademischen Programm nicht nur auf persönlicher, sondern vor allem auch auf beruflicher Ebene zu einer Verbesserung der Fortbildung und der Managementfähigkeiten der Fachkräfte führen. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen, um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

Verschaffen Sie sich das Wissen, das Sie brauchen, um eine neue Marktvision in Ihr Unternehmen zu bringen, damit Sie mehr und besser verkaufen können"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Der zukünftige Absolvent wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen in der Organisation 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 Führungskraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Der Manager wird in der Lage sein, in Zeiten der Ungewissheit und der Krise 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

Der Absolvent wird an einem echten Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder Business Development seines Unternehmens entwickeln können.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Studenten mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

11

Qualifizierung

Der Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

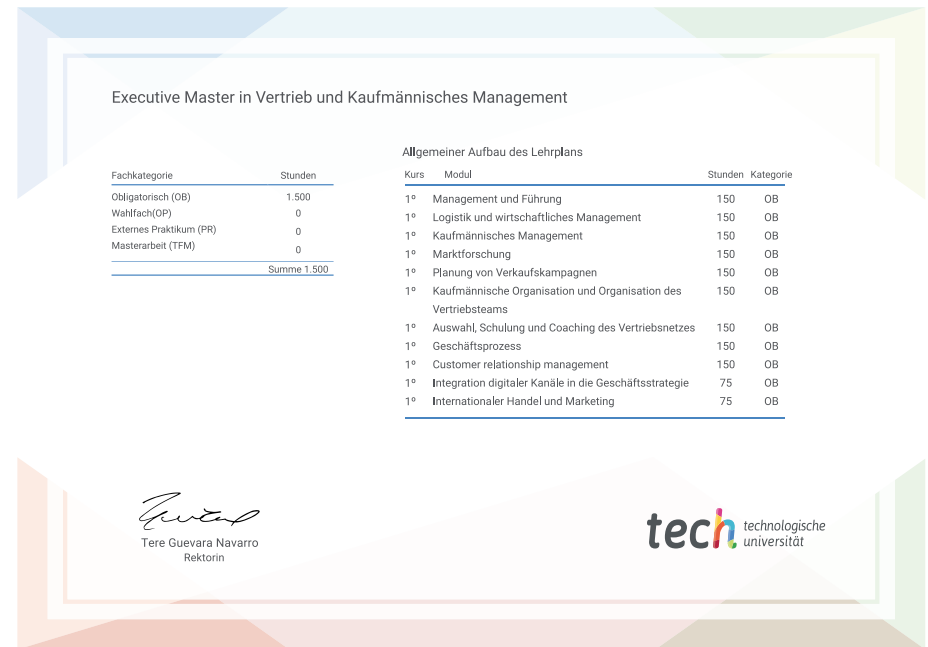
*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel **Executive Master in Vertrieb und Kaufmännisches Management**



*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

Vertrieb und Kaufmännisches Management

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

Executive Master

Vertrieb und Kaufmännisches
Management

