

# Executive Master

## MBA in Verwaltung der Bildungspolitik

M B A V B



## Executive Master MBA in Verwaltung der Bildungspolitik

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

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-verwaltung-bildungspolitik](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-verwaltung-bildungspolitik)

# 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 44

08

Profil unserer Studenten

---

Seite 52

09

Kursleitung

---

Seite 56

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 74

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 78

12

Qualifizierung

---

Seite 82

# 01 Willkommen

Der Bildungssektor ist eng mit der sozialen Entwicklung verbunden. Ihr Fortschritt und ihre Anpassung hängen in hohem Maße von den Veränderungen im Umfeld der methodischen Innovation ab, die sich aus der Bildungsforschung und dem technologischen Fortschritt ergeben, der neue Formen und Modelle der Arbeit schafft. Vor allem aber wird sie von der Bildungspolitik bestimmt, die ihr Funktionieren auf allen Ebenen organisiert. Dieses Programm wird es Ihnen ermöglichen, sich einen umfassenden Überblick über die aktuelle Bildungsrealität und ihre lokale Anwendung zu verschaffen, indem Sie spezifische Kenntnisse über die interessantesten Bereiche des Panoramas erwerben, so dass die Fachkraft ihr persönliches und berufliches Rüstzeug in diesem Bereich aktualisieren kann.



MBA in Verwaltung der Bildungspolitik  
TECH Technologische Universität



“

*Eine gründliche Betrachtung  
des Rechtssystems und der  
aktuellen Gesetzgebung, die für  
Bildungsorganisationen gilt"*

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

Dieser Executive Master ist eine qualitativ hochwertige Reise durch die aktuellsten Inhalte der gegenwärtigen Bildungspolitik. Mit einem immersiven und transversalen Lernziel wird es den Studenten ermöglicht, die Fähigkeiten eines Spezialisten in diesem Arbeitsfeld zu erwerben.





“

*Lernen Sie, mit den Fähigkeiten eines Experten Politiken zu analysieren und zu entwickeln, die den Bedürfnissen des Bildungssektors gerecht werden"*

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

Der **MBA in Verwaltung der Bildungspolitik** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Verstehen der verschiedenen Ansätze zum Wesen der Bildung und ihrem Einfluss auf die Gesellschaft

04

Identifizieren der Schlüsselkonzepte der Kulturtheorien, diese entwickeln und begreifen, um zu einem besseren Verständnis des Individuums als soziales und kulturelles Wesen zu gelangen

02

Analysieren der Folgen der Bildungsungleichheit zwischen ethnischen Gruppen und Geschlecht in Bezug auf das soziale und wirtschaftliche Wohlergehen

03

Kennen der Theorien und Grundlagen der Sozial- und Kulturanthropologie und ihrer Methoden

05

Untersuchen der Bildungsmodelle verschiedener Länder und Regionen





06

Kennen der sozialen und pädagogischen Phänomene, die sich in verschiedenen Ländern entwickeln

08

Analysieren der Funktionsweise bestimmter Gesellschaften und Verbesserung der Qualität des derzeitigen Bildungssystems



09

Untersuchen der Rolle des öffentlichen Sektors im Bildungswesen, der Bedeutung von Bildung und Humankapital für das Wirtschaftswachstum

07

Erhalten eines Überblicks über den Zustand des globalen Bildungssystems und zu dessen Verbesserung beitragen

10

Analysieren der Auswirkungen der verschiedenen Faktoren, die die Qualität der Bildung bestimmen

11

In der Lage sein, IKT zu erzeugen und anzuwenden

14

Analysieren und Integrieren der wichtigsten Themen der heutigen Gesellschaft, die sich auf die familiäre und schulische Erziehung auswirken

12

Kombinieren verschiedener IKT in der Schule als pädagogisches Mittel



13

Erkennen und Entdecken der Bedeutung einer kontinuierlichen Lehrerfortbildung

15

Wecken von Interesse an und Sensibilität für soziokulturelle Realitäten

16

Kennen der obligatorischen Dokumente eines Bildungszentrums: PEC, PGA und RRI

18

Verfahren erwerben, um Bildungs- und Ausbildungsprogramme zu evaluieren



19

Ausarbeiten, Interpretieren, Bewerten und Verbreiten von Berichten zur Programmbewertung

17

Erwerben der notwendigen Instrumente für die Organisation der Studentenschaft

20

Reflektieren über die Rolle der Qualitätsbildung als zeitgenössischer internationaler Bildungstrend

05

# Kompetenzen

Der MBA in Verwaltung der Bildungspolitik wurde mit Blick auf die Veränderungen im Bildungssystem konzipiert. Ein lebendiges System, das auf soziale Veränderungen und neue Familienkontexte reagieren muss. Aus diesem Grund wird ein Hochschulstudium in diesem Bereich in den kommenden Jahren unabdingbar sein, da es den Fachleuten die Möglichkeit gibt, sich so weiterzubilden, dass sie sich von den übrigen Experten des Sektors abheben.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart with several segments. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

*Mit einer fundierten Analyse der Veränderungen und Entwicklungen, auf die das Bildungswesen reagieren muss, ist dieser Executive Master ein unverzichtbares Instrument für den Profi in diesem Bereich"*

01

Handeln auf der Grundlage der geltenden Rechtsvorschriften im Bereich der Bildung

02

Erreichen von Rechtssicherheit bei den Maßnahmen und Interventionen im Bildungsbereich, die sich aus den geltenden Rechtsvorschriften ergeben

03

Fördern der Qualität der Bildungseinrichtungen und der pädagogischen Interventionen

04

Fördern von Maßnahmen zur Integration von Vielfalt

05

Analysieren der Entwicklung von Bildungssystemen aus anthropologischer Sicht



06

Handeln auf einer Basis, die den aktuellen Bildungsgesetzen und -vorschriften entspricht

08

Durchführen von Qualitätsmanagement in Bildungseinrichtungen

09

Bewerten der Qualität von Prozessen in verschiedenen Bereichen von Bildungseinrichtungen

07

Umsetzen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen im Bildungsbereich, um die Ressourcen zu optimieren

10

Entwickeln von Bildungsprogrammen für Gleichstellung und Vielfalt im Einklang mit der aktuellen Gesetzgebung



06

# Struktur und Inhalt

Die Inhalte des Executive Masters wurden von Fachleuten mit nachgewiesener Kompetenz auf diesem Gebiet entwickelt und basieren auf einem hohen Qualitätskriterium in jedem der Lernabschnitte. Zu diesem Zweck wurden die relevantesten und vollständigsten Themen ausgewählt, mit den neuesten und interessantesten Aktualisierungen. Aus diesem Grund möchten sich immer mehr Fachleute in diesem Bereich spezialisieren, und zwar durch hochwertige Programme wie das von TECH angebotene, das speziell auf die Verwaltung der Bildungspolitik ausgerichtet ist und die neuesten Informationen auf diesem Gebiet vermittelt.





“

*Alle Aspekte, die ein Bildungsexperte im Managementbereich beherrschen muss, wurden in einem hochwertigen Programm zusammengestellt und strukturiert“*

## Lehrplan

Der MBA in Verwaltung der Bildungspolitik der TECH Technologische Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des schulischen Managements zu treffen. Der Inhalt ist so konzipiert, dass die Entwicklung von Managementfähigkeiten gefördert werden, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

Während der 2.700 Stunden des Studiums werden die Studenten in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle untersuchen, die es ihnen ermöglichen, die notwendigen Fähigkeiten zu erwerben, um sich in ihrer täglichen Praxis erfolgreich zu entwickeln. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieses Programm befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen des Unternehmens und ist für Manager gedacht, die das schulische Management aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive verstehen wollen.

Ein speziell für Studenten konzipierter Plan, der auf ihre berufliche Weiterentwicklung ausgerichtet ist und sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich des akademischen und schulischen Managements und der Verwaltung zu erzielen. Ein Programm, das ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens durch innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren, versteht. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und einen außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Kompetenzen vermittelt wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Das Programm erstreckt sich über 12 Monate und ist in 15 Module unterteilt:

<b>Modul 1</b>	Soziologie der Bildung
<b>Modul 2</b>	Soziale und kulturelle Anthropologie
<b>Modul 3</b>	Bildungspolitik und vergleichende Bildung
<b>Modul 4</b>	Ökonomie der Bildung
<b>Modul 5</b>	Informations- und Kommunikationstechnologien für die Bildung
<b>Modul 6</b>	Soziale Ausgrenzung und Maßnahmen zur Eingliederung
<b>Modul 7</b>	Gesetzgebung und rechtliche Rahmenbedingungen für Bildungseinrichtungen
<b>Modul 8</b>	Bewertung von Bildungsprogrammen
<b>Modul 9</b>	Qualitätspolitik in Bildungseinrichtungen
<b>Modul 10</b>	Gleichstellung und Vielfalt im Klassenzimmer
<b>Modul 11</b>	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
<b>Modul 12</b>	Personal- und Talentmanagement
<b>Modul 13</b>	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
<b>Modul 14</b>	Kaufmännisches Management und strategisches Marketing
<b>Modul 15</b>	Geschäftsleitung



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet dem Studenten die Möglichkeit, diesen MBA in Verwaltung der Bildungspolitik vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Fortbildung wird er in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zuzugreifen, was ihm ermöglicht, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

**Modul 1. Soziologie der Bildung**

**1.1. Einführung in die Soziologie**

- 1.1.1. Was ist Soziologie?
  - 1.1.1.1. Grundlegende Konzepte
  - 1.1.1.2. Umfang der Soziologie
- 1.1.2. Anfänge der Soziologie
  - 1.1.2.1. Auguste Comte
  - 1.1.2.2. Emile Durkheim
  - 1.1.2.3. Karl Marx
  - 1.1.2.4. Max Weber
- 1.1.3. Zeitgenössische Autoren
  - 1.1.3.1. Michel Foucault
  - 1.1.3.2. Jürgen Habermas
  - 1.1.3.3. Die Rolle des Soziologen in der Gesellschaft

**1.2. Grundlagen der Soziologie der Bildung**

- 1.2.1. Ziel der Soziologie der Bildung
- 1.2.2. Beziehung zwischen Bildung und Soziologie
- 1.2.3. Soziale Funktionen der Bildung

**1.3. Bildung als soziale Institutionen**

- 1.3.1. Konzept der sozialen Einrichtung
- 1.3.2. Funktionen der Bildung als soziale Einrichtung
- 1.3.3. Erziehung zur Staatsbürgerschaft
- 1.3.4. Die transformative Rolle der Bildung

**1.4. Die wichtigsten sozialen Einrichtungen**

- 1.4.1. Die Familie
- 1.4.2. Die Schule
- 1.4.3. Gesellschaft
- 1.4.4. Beziehung zwischen Familie, Schule und Gesellschaft

**1.5. Theorien zur Schulbildung I**

- 1.5.1. Bernsteins linguistische Codes
- 1.5.2. Schulen und Industriekapitalismus. Bowles und Gintis
- 1.5.3. Ivan Illich und der versteckte Lehrplan
- 1.5.4. Kulturelle Reproduktion

**1.6. Theorien zur Schulbildung II**

- 1.6.1. Bildung und Ungleichheit
- 1.6.2. James Coleman
- 1.6.3. Jeannie Oakes

**1.7. Geschlecht und Ethnizität in der Bildungssoziologie**

- 1.7.1. Einführung und Konzepte
- 1.7.2. Geschlecht und das Bildungssystem
- 1.7.3. Überprüfung des Modells
- 1.7.4. Bildung und Ethnizität

**1.8. Aufmerksamkeit für Unterschiede**

- 1.8.1. Berücksichtigung der Vielfalt
- 1.8.2. Inklusion und schulische Integration
- 1.8.3. Individueller Unterricht
- 1.8.4. Verfahren für individualisierten Unterricht

**1.9. Neue Herausforderungen für die Soziologie der Bildung**

- 1.9.1. Die Gesellschaft im Wandel
- 1.9.2. Globalisierung und Bildung
- 1.9.3. Bildung und neue Kommunikationstechnologien
- 1.9.4. Bildungstechnologien

**1.10. Soziologische Forschungsmethoden**

- 1.10.1. Grundlegende Konzepte
- 1.10.2. Der Forschungsprozess
- 1.10.3. Forschungsmethoden
- 1.10.4. Der Einfluss der Soziologie

**Modul 2. Sozial- und Kulturanthropologie**

**2.1. Gegenstand und Methode der Anthropologie der Bildung**

- 2.1.1. Definition von Anthropologie
- 2.1.2. Anpassung, Variation und Wandel
- 2.1.3. Allgemeine Anthropologie
- 2.1.4. Teildisziplinen der Anthropologie
- 2.1.5. Angewandte Anthropologie

**2.2. Feldarbeit**

- 2.2.1. Ethnographie
- 2.2.2. Ethnographische Techniken
- 2.2.3. Forschungsdesign
- 2.2.4. Ethische Kodizes
- 2.2.5. Die Umfrage

**2.3. Kultur**

- 2.3.1. Begriffliche Abgrenzung
  - 2.3.1.1. Kultur und Natur
  - 2.3.1.2. Ebenen der Kultur
- 2.3.2. Ethnozentrismus, Kulturrelativismus und Menschenrechte
- 2.3.3. Universalität, Allgemeinheit und Besonderheit
- 2.3.4. Mechanismen des kulturellen Wandels
- 2.3.5. Globalisierung

**2.4. Ethnizität**

- 2.4.1. Ethnische Gruppen und Ethnizität
- 2.4.2. Ethnische Gruppen, Nationen und Nationalitäten
- 2.4.3. Friedliche Koexistenz
- 2.4.4. Die Wurzeln des ethnischen Konflikts

**2.5. Formen des Lebens**

- 2.5.1. Bewältigungsstrategien
- 2.5.2. Futtersuche
- 2.5.3. Kultivierung
- 2.5.4. Beweidung
- 2.5.5. Modi der Produktion
- 2.5.6. Vertrieb und Austausch

**2.6. Familien, Verwandtschaft und Abstammung**

- 2.6.1. Familien
- 2.6.2. Abstammung
- 2.6.3. Berechnung der Verwandtschaft
- 2.6.4. Terminologie der Verwandtschaft

**2.7. Ehe**

- 2.7.1. Gleichgeschlechtliche Ehe
- 2.7.2. Inzest und Exogamie
- 2.7.3. Erklärungen für das Inzesttabu
- 2.7.4. Endogamie
- 2.7.5. Die Heirat als Bündnis zwischen Gruppen
- 2.7.6. Die Scheidung
- 2.7.7. Mehrfachehe

**2.8. Politische Systeme**

- 2.8.1. Banden und Stämme
- 2.8.2. Stammesfürstentümer
- 2.8.3. Staaten
- 2.8.4. Der Ursprung des Staates

**2.9. Geschlecht**

- 2.9.1. Definition von Geschlecht
- 2.9.2. Geschlecht bei den Sammlern
- 2.9.3. Sexualitäten und Geschlecht
- 2.9.4. Geschlecht unter Bauern
- 2.9.5. Patriarchat und Gewalt
- 2.9.6. Feminisierung der Armut

**2.10. Angewandte Anthropologie**

- 2.10.1. Nützlichkeit der Anthropologie
- 2.10.2. Akademische Anthropologie
- 2.10.3. Anthropologie und Bildung
- 2.10.4. Städtische Anthropologie
- 2.10.5. Medizinische Anthropologie

**Modul 3. Bildungspolitik und Vergleichende Pädagogik**

**3.1. Bildung und Bildungspolitik**

- 3.1.1. Wesen und Zweck der Bildungspolitik
- 3.1.2. Ideologien und Bildung
- 3.1.3. Bildungssysteme und das Problem ihrer Reform

**3.2. Grundlagen der vergleichenden Bildung**

- 3.2.1. Definition von vergleichender Bildung
- 3.2.2. Entwicklung der vergleichenden Bildung
- 3.2.3. Aktuelle Perspektiven der vergleichenden Bildung
- 3.2.4. Ziele und Quellen der vergleichenden Bildung

**3.3. Methodik der vergleichenden Forschung**

- 3.3.1. Definition des methodischen Designs
- 3.3.2. Phasen der vergleichenden Bildungsforschung
- 3.3.3. Forschungsdesign
- 3.3.4. Die Durchführung der Forschung

**3.4. Quellen und Ressourcen für vergleichende Bildung**

- 3.4.1. Organisation von Informationen im Bildungswesen
- 3.4.2. Nützliche Ressourcen und Tools für vergleichende Bildung
- 3.4.3. Beispiel für vergleichende Studiendesigns

**3.5. Bildungssysteme in Europa**

- 3.5.1. Modelle der Regulierung
- 3.5.2. Das französische Schulmodell
- 3.5.3. Das Bildungssystem in England
- 3.5.4. Bildungsreform in Spanien

**3.6. Supranationale Bildungspolitik**

- 3.6.1. Definition und Gegenstand der Studie
- 3.6.2. Zeitgenössische supranationale bildungspolitische Ausrichtung
- 3.6.3. Arten und Ansätze der supranationalen Politik

**3.7. Internationale Organisationen und Bildung**

- 3.7.1. Die Bedeutung internationaler Agenturen im Bildungswesen
- 3.7.2. Organisationen der Vereinten Nationen
- 3.7.3. Die Weltbank

**3.8. Die Bildungspolitik der Europäischen Union**

- 3.8.1. Etappen der europäischen Bildungspolitik
- 3.8.2. Ziele der europäischen Bildungspolitik
- 3.8.3. Die Zukunft der gemeinschaftlichen Bildungspolitik

**3.9. Internationaler Überblick über die Bildung**

- 3.9.1. Der globale Bildungskontext
- 3.9.2. 21. Jahrhundert und Bildung
- 3.9.3. Bildung, nachhaltige Entwicklung und Frieden

**3.10. Verbindungen zwischen vergleichender Forschung und Bildungspolitik**

- 3.10.1. Aktueller Kontext zwischen vergleichender Forschung und Bildungspolitik
- 3.10.2. Phasen zwischen den beiden Disziplinen
- 3.10.3. Methodik für die vergleichende Untersuchung der Bildungspolitik

**Modul 4. Ökonomie der Bildung**

**4.1. Einführung in die Wirtschaft**

- 4.1.1. Konzept der Wirtschaft
- 4.1.2. Elemente, die die Wirtschaft definieren
- 4.1.3. Funktionsweise der Wirtschaft
- 4.1.4. Wirtschaftssysteme

**4.2. Ökonomie der Bildung**

- 4.2.1. Bildung und Wirtschaft
- 4.2.2. Geschichte der Bildungsökonomie
- 4.2.3. Wirtschaftliche Aspekte der Bildung

**4.3. Quellen und Modelle der Bildungsfinanzierung**

- 4.3.1. Finanzmechanismen im Bildungswesen
- 4.3.2. Finanzierung der Schulpflicht
- 4.3.3. Die Finanzierung der post-obligatorischen Bildung
- 4.3.4. Finanzierungsmodelle

**4.4. Öffentliche Güter und externe Effekte der Bildungstätigkeit**

- 4.4.1. Externalitäten in der Bildung
- 4.4.2. Formen der öffentlichen Intervention im Bildungswesen
- 4.4.3. Die Vorteile der Bildung
- 4.4.4. Bildung als öffentliches oder privates Gut?
- 4.4.5. Gründe für staatliche Eingriffe in die Bildung

**4.5. Wirtschaftliche Entwicklung und Bildung**

- 4.5.1. Bildung und Produktion
- 4.5.2. Bildung und wirtschaftliche Konvergenz
- 4.5.3. Probleme bei der wirtschaftlichen Definition und Schätzung
- 4.5.4. Beitrag der Bildung zum Wirtschaftswachstum

**4.6. Analyse der Determinanten des wirtschaftlichen Wohlstands**

- 4.6.1. Theoretischer Hintergrund
- 4.6.2. Deskriptive Analyse der globalen wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung
- 4.6.3. Menschliche Entwicklung und ihre Determinanten

**4.7. Pädagogische Produktion und Aufführung**

- 4.7.1. Kontextualisierung der Bildungsproduktion
- 4.7.2. Funktion der Bildungsproduktion
- 4.7.3. Inputs im Produktionsprozess
- 4.7.4. Modelle zur Messung von Bildungoutput und Leistung
- 4.7.5. Datengestaltung und -auswertung in der Bildungsproduktion
- 4.7.6. Wirtschaftlicher Wert für die Bildung

**4.8. Arbeitsmarkt und Bildung**

- 4.8.1. Grundlegende Konzepte
- 4.8.2. Technologischer Funktionalismus und Humankapitaltheorie
- 4.8.3. Credentialismus und Korrespondenztheorie
- 4.8.4. Filter-Theorie
- 4.8.5. Globalisierte Wirtschaft und Beschäftigung

**4.9. Arbeitsmarkt und Lehrkräfte**

- 4.9.1. Der Arbeitsmarkt im 21. Jahrhundert
- 4.9.2. Unterschiede zwischen dem Arbeitsmarkt und dem Bildungsarbeitsmarkt
- 4.9.3. Die pädagogische Fachkraft

**4.10. Investitionen und Ausgaben für Bildung**

- 4.10.1. OECD-Bildungssysteme
- 4.10.2. Ausgaben für Bildung
- 4.10.3. Bildung als Investition
- 4.10.4. Rechtfertigung der öffentlichen Intervention

Modul 5. Informations- und Kommunikationstechnologien für die Bildung

**5.1. IKT, digitale Kompetenz und Alphabetisierung**

- 5.1.1. Einführung und Ziele
- 5.1.2. Schule in der Wissensgesellschaft
- 5.1.3. IKT im Lehr- und Lernprozess
- 5.1.4. Digitale Alphabetisierung und Kompetenzen
- 5.1.5. Die Rolle der Lehrkraft im Klassenzimmer
- 5.1.6. Die digitalen Kompetenzen der Lehrkraft
- 5.1.7. Bibliografische Referenzen
- 5.1.8. *Hardware* im Klassenzimmer: IWBs, Tablets und Smartphones
- 5.1.9. Internet als Bildungsressource: Web 2.0. und *M-Learning*
- 5.1.10. Lehrer als Teil des Web 2.0: Aufbau einer digitalen Identität
- 5.1.11. Leitlinien für die Erstellung von Lehrerprofilen
- 5.1.12. Ein Lehrerprofil auf Twitter erstellen
- 5.1.13. Bibliografische Referenzen

**5.2. Erstellung pädagogischer Inhalte mit IKT und deren Möglichkeiten im Unterricht**

- 5.2.1. Einführung und Ziele
- 5.2.2. Bedingungen für partizipatives Lernen
- 5.2.3. Die Rolle des Schülers im IKT-Klassenzimmer: *Prosumer*
- 5.2.4. Erstellen von Inhalten im Web 2.0: digitale Tools
- 5.2.5. Der Blog als Unterrichtsmittel im Klassenzimmer
- 5.2.6. Richtlinien für die Erstellung eines Bildungsblogs
- 5.2.7. Elemente des Blogs als pädagogische Ressource
- 5.2.8. Bibliografische Referenzen

**5.3. Persönliche Lernumgebungen für Lehrkräfte**

- 5.3.1. Einführung und Ziele
- 5.3.2. Lehrerfortbildung für die Integration von IKT
- 5.3.3. Lerngemeinschaften
- 5.3.4. Definition von persönlichen Lernumgebungen
- 5.3.5. Einsatz von PLE und NLP im Bildungsbereich
- 5.3.6. Entwerfen und Erstellen unseres Klassenzimmers mit PLE
- 5.3.7. Bibliografische Referenzen

**5.4. Gemeinsames Lernen und Kuratieren von Inhalten**

- 5.4.1. Einführung und Ziele
- 5.4.2. Kollaboratives Lernen für die effiziente Einführung von IKT im Unterricht
- 5.4.3. Digitale Tools für kollaboratives Arbeiten
- 5.4.4. Kuratierung von Inhalten
- 5.4.5. Das Kuratieren von Inhalten als didaktische Praxis bei der Förderung der digitalen Kompetenzen der Schüler
- 5.4.6. Der Lehrer, der Inhalte kuratiert. Scoop.it
- 5.4.7. Bibliografische Referenzen

**5.5. Pädagogische Nutzung von sozialen Netzwerken. Sicherheit bei der Nutzung von IKT im Klassenzimmer**

- 5.5.1. Einführung und Ziele
- 5.5.2. Prinzip des vernetzten Lernens
- 5.5.3. Soziale Netzwerke: Instrumente für den Aufbau von Lerngemeinschaften
- 5.5.4. Kommunikation in sozialen Netzwerken: Verwaltung der neuen kommunikativen Codes
- 5.5.5. Arten von sozialen Netzwerken
- 5.5.6. Wie kann man soziale Medien im Unterricht nutzen: Erstellung von Inhalten?
- 5.5.7. Entwicklung der digitalen Kompetenzen von Schülern und Lehrkräften durch die Integration sozialer Netzwerke im Klassenzimmer
- 5.5.8. Einführung und Ziele der Sicherheit bei der Nutzung von IKT im Klassenzimmer
- 5.5.9. Digitale Identität
- 5.5.10. Risiken für Minderjährige im Internet
- 5.5.11. Werteerziehung mit IKT: Service-Learning-Methodik (SLE) mit IKT-Ressourcen
- 5.5.12. Plattformen zur Förderung der Internetsicherheit
- 5.5.13. Internetsicherheit als Teil der Erziehung: Schulen, Familien, Schüler und Lehrkräfte
- 5.5.14. Bibliografische Referenzen

**5.6. Erstellung von audiovisuellen Inhalten mit IKT-Tools. PBL und IKT**

- 5.6.1. Einführung und Ziele
- 5.6.2. Blooms Taxonomie und IKT
- 5.6.3. Der Bildungs-Podcast als didaktisches Element
- 5.6.4. Audio-Erstellung
- 5.6.5. Das Bild als didaktisches Element
- 5.6.6. IKT-Tools mit pädagogischer Nutzung von Bildern
- 5.6.7. Bildbearbeitung mit IKT: Tools für die Bildbearbeitung
- 5.6.8. Was ist das PBL?
- 5.6.9. Prozess der Arbeit mit PBL und IKT
- 5.6.10. PBL mit IKT konzipieren
- 5.6.11. Bildungsmöglichkeiten im Web 3.0.
- 5.6.12. *Youtuber* und *Instagrammer*: informelles Lernen in digitalen Medien
- 5.6.13. Das Videotutorial als pädagogische Ressource im Klassenzimmer
- 5.6.14. Plattformen für die Verbreitung von audiovisuellem Material
- 5.6.15. Richtlinien für die Erstellung eines Lehrvideos
- 5.6.16. Bibliografische Referenzen

**5.7. IKT-Politik und Gesetzgebung**

- 5.7.1. Einführung und Ziele
- 5.7.2. Datenschutzgesetz
- 5.7.3. Leitfaden für Empfehlungen zum Schutz der Privatsphäre von Kindern im Internet
- 5.7.4. Urheberrecht: Copyright und Creative Commons
- 5.7.5. Verwendung von urheberrechtlich geschütztem Material
- 5.7.6. Bibliografische Referenzen

**5.8. Gamification: Motivation und IKT im Unterricht**

- 5.8.1. Einführung und Ziele
- 5.8.2. Gamification hält durch virtuelle Lernumgebungen Einzug ins Klassenzimmer
- 5.8.3. Spielbasiertes Lernen (GBL)
- 5.8.4. *Augmented Reality* (AR) im Klassenzimmer
- 5.8.5. Arten von *Augmented Reality* und Erfahrungen im Klassenzimmer
- 5.8.6. QR-Codes im Klassenzimmer: Codegenerierung und pädagogische Anwendung
- 5.8.7. Erfahrungen im Klassenzimmer
- 5.8.8. Bibliografische Referenzen



**5.9. Medienkompetenz im Unterricht mit IKT**

- 5.9.1. Einführung und Ziele
- 5.9.2. Förderung der Medienkompetenz von Lehrkräften
- 5.9.3. Beherrschung der Kommunikation für einen motivierenden Unterricht
- 5.9.4. Pädagogische Inhalte mit IKT
- 5.9.5. Die Bedeutung des Bildes als pädagogische Ressource
- 5.9.6. Digitale Präsentationen als didaktisches Hilfsmittel im Klassenzimmer
- 5.9.7. Arbeiten mit Bildern im Klassenzimmer
- 5.9.8. Bilder im Web 2.0. teilen
- 5.9.9. Bibliografische Referenzen

**5.10. Bewertung für IKT-gestütztes Lernen**

- 5.10.1. Einführung und Ziele der Bewertung für IKT-gestütztes Lernen
- 5.10.2. Bewertungsinstrumente: digitales Portfolio und Rubriken
- 5.10.3. Aufbau eines E- Portfolio mit Google Sites
- 5.10.4. Bewertungsrubriken erstellen
- 5.10.5. Entwerfen von Bewertungen und Selbsteinschätzungen mit Google Forms
- 5.10.6. Bibliografische Referenzen

**Modul 6. Soziale Ausgrenzung und Integrationspolitik**

**6.1. Grundlegende Konzepte zu Gleichstellung und Vielfalt**

- 6.1.1. Vielfalt und Chancengleichheit
- 6.1.2. Sozialer Zusammenhalt, Ausgrenzung, Ungleichheit und Bildung
- 6.1.3. Ausgrenzungsprozesse im Bereich der formalen und non-formalen Bildung: Differenzielle Aspekte und Bilder der Vielfalt

**6.2. Art und Ursprung der Hauptursachen für soziale Ausgrenzung und Ungleichheiten in modernen und zeitgenössischen Gesellschaften**

- 6.2.1. Aktueller Kontext der sozialen Ausgrenzung
- 6.2.2. Neue soziodemografische Realität
- 6.2.3. Neue Arbeitsrealität
- 6.2.4. Die Krise des Wohlfahrtsstaates
- 6.2.5. Neue Beziehungsformen und neue soziale Bindungen

**6.3. Ausschluss in der Schule**

- 6.3.1. Epistemologische Präambel
- 6.3.2. Soziologische Referenzen
- 6.3.3. Sozialer Kontext, der Ungleichheiten erzeugt
- 6.3.4. Soziale Ausgrenzung und Integration
- 6.3.5. Schulbildung und schulische Ausgrenzung
- 6.3.6. Meritokratie und Demokratisierung der Sekundarschulbildung
- 6.3.7. Neoliberaler Diskurs und die Auswirkungen der Macht

**6.4. Hauptfaktoren für Schulversagen**

- 6.4.1. Definition des Schulversagens
- 6.4.2. Ursachen des Schulversagens
- 6.4.3. Schwierigkeiten im Zusammenhang mit dem Scheitern
- 6.4.4. Methoden zur Diagnose von Schulversagen

**6.5. Inklusive und interkulturelle Schulen**

- 6.5.1. Plurikulturelle Gesellschaft und interkulturelle Erziehung
- 6.5.2. Inklusive Bildung als Antwort
- 6.5.3. Demokratisches Zusammenleben im Klassenzimmer
- 6.5.4. Methodische Vorschläge für integrative Bildung

**6.6. Praktische Ansätze zur Berücksichtigung der Vielfalt**

- 6.6.1. Inklusive Bildung in Spanien
- 6.6.2. Inklusive Bildung in Frankreich
- 6.6.3. Inklusive Bildung in Lateinamerika

**6.7. Digitale Ausgrenzung in der Wissensgesellschaft**

- 6.7.1. IKT und die digitale Kluft
- 6.7.2. Die Möglichkeiten der IKT für die Beschäftigungsfähigkeit
- 6.7.3. Wie kann der Beitrag der IKT zur sozialen Eingliederung verbessert werden?

**6.8. Die Einbeziehung von IKT in verschiedenen Schulen**

- 6.8.1. IKT als inklusive Ressource
- 6.8.2. Lehrerbildung, IKT und Aufmerksamkeit für Vielfalt
- 6.8.3. Anpassung der IKT an die Bedürfnisse des Schüler

**6.9. Soziale Ausgrenzung und pädagogische Innovation**

- 6.9.1. Inklusion, ein neues Paradigma
- 6.9.2. Denaturalisierung des Schulversagens
- 6.9.3. Verteidigung der Vielfalt
- 6.9.4. Homogenität in Frage stellen
- 6.9.5. Die neue Bedeutsamkeit der Rolle des Lehrers

**6.10. Bedürfnisse und Praktiken in der Sozialpolitik für Inklusion**

- 6.10.1. Eingliederungspolitik als Garantie für die Bekräftigung von Rechten
- 6.10.2. Soziale Probleme antizipieren
- 6.10.3. Soziale Teilhabe
- 6.10.4. Mehrstufige Artikulation

**Modul 7. Gesetzgebung und rechtliche Rahmenbedingungen für Bildungseinrichtungen**

**7.1. Organisation der Schule**

- 7.1.1. Komplexität der Organisation der Schule
- 7.1.2. Schulorganisation und ihre Elemente
- 7.1.3. Schulorganisation und Bildungsgesetzgebung

**7.2. Bildungspolitik und -verwaltung in Spanien**

- 7.2.1. Bildungspolitik in Spanien
- 7.2.2. Die Bildungsverwaltung in Spanien: ihre Ebenen und die Verteilung der Zuständigkeiten
- 7.2.3. Die administrativen Koordinierungsstellen des spanischen Bildungssystems

**7.3. Bildungsgesetzgebung und das Niveau der Konkretheit des Lehrplans**

- 7.3.1. Bildungsgesetzgebung in Spanien und die Regelungsstruktur
- 7.3.2. Bildungsgesetzgebung in Spanien und die verschiedenen Arten von Rechtsnormen
- 7.3.3. Die Ebenen der Lehrplanspezifikation im spanischen Bildungssystem

**7.4. Jüngste legislative Entwicklung**

- 7.4.1. Das allgemeine Bildungsgesetz und die Zeit des Übergangs zur Demokratie
- 7.4.2. Das organische Gesetz zur Regelung des Rechts auf Bildung (LODE)
- 7.4.3. Das Organische Gesetz über die allgemeine Organisation des Bildungssystems (LOGSE)
- 7.4.4. Das Organische Gesetz über die Beteiligung, Bewertung und Steuerung von Bildungseinrichtungen (LOPEG)
- 7.4.5. Das organische Gesetz über die Qualität der Bildung (LOCE)
- 7.4.6. Das Gesetz über das Bildungswesen (LOE)
- 7.4.7. Das Organische Gesetz zur Verbesserung der Qualität der Bildung (LOMCE)

**7.5. Bildung im Rahmen der Europäischen Union**

- 7.5.1. Allgemeine Konzepte der Europäischen Union und der Bildung
- 7.5.2. Der Europäische Hochschulraum und seine Elemente
- 7.5.3. Andere Bildungssysteme in der Europäischen Union

**7.6. Die Gestaltung des spanischen Bildungssystems**

- 7.6.1. Das Organigramm des derzeitigen Bildungssystems: LOE, LOMCE und LOMLOE
- 7.6.2. Die wesentlichen Elemente des Bildungssystems in Spanien
- 7.6.3. Die grundlegenden Merkmale der Vorschul- und Grundschulbildung

**7.7. Rechte und Freiheiten im Bereich der Bildung**

- 7.7.1. Die Rechte und Freiheiten des Bereichs in der spanischen Verfassung
- 7.7.2. Das Recht auf Bildung
- 7.7.3. Freiheit der Bildung

**7.8. Struktur und Organisation der Schulen: das PEC, das PGA und das RRI**

- 7.8.1. Die Struktur der Schulen
- 7.8.2. Organisation der Schule
- 7.8.3. Normative pädagogische Dokumente: das PEC, das PGA und das RRI

**7.9. Grundlegende Aspekte der Schulen**

- 7.9.1. Schulkalender und Stundenplan
- 7.9.2. Das Schulgebäude und seine Klassenzimmer

**7.10. Andere wichtige Ideen zur Organisation in Schulen**

- 7.10.1. Die Organisation der Schülerschaft
- 7.10.2. Schulische Förderung
- 7.10.3. Aufmerksamkeit für Vielfalt
- 7.10.4. Tutorien
- 7.10.5. Bewertung der Schule
- 7.10.6. Das pädagogische Umfeld

**Modul 8. Bewertung von Bildungsprogrammen**

**8.1. Konzept und Bestandteile des Programms. Pädagogische Bewertung**

- 8.1.1. Bewertung
- 8.1.2. Bewertung und Bildung
- 8.1.3. Komponenten der Bildungsbewertung

**8.2. Modelle und Methoden für die Bewertung**

- 8.2.1. Standards für die Bildungsbewertung
- 8.2.2. Modelle der Bildungsbewertung
- 8.2.3. Bewertung als Prozess

**8.3. Standards für evaluative Forschung**

- 8.3.1. Allgemeines Konzept von Standards
- 8.3.2. Organisation und Inhalt der Standards
- 8.3.3. Überlegungen zu Standards

**8.4. Das Prinzip der Komplementarität. Methoden und Techniken**

- 8.4.1. Definition des Prinzips der Komplementarität
- 8.4.2. Methodik für die Anwendung des Grundsatzes der Komplementarität
- 8.4.3. Techniken der Komplementarität

**8.5. Techniken und Werkzeuge für die Bildungsbewertung**

- 8.5.1. Strategien zur Bildungsbewertung
- 8.5.2. Techniken und Werkzeuge für die Bildungsbewertung
- 8.5.3. Beispiele für pädagogische Bewertungstechniken

**8.6. Verfügbare Daten, Statistiken, Dateien, Indikatoren. Inhaltsanalyse**

- 8.6.1. Konzeptualisierung der Inhaltsanalyse
- 8.6.2. Erste methodische Vorschläge zur Inhaltsanalyse
- 8.6.3. Komponenten der Datenanalyse
- 8.6.4. Techniken zur Datenanalyse

**8.7. Umfragen, Fragebögen, Interviews, Beobachtung, Selbstauskunft, Tests und Skalen**

- 8.7.1. Konzept des pädagogischen Bewertungsinstruments
- 8.7.2. Kriterien für die Auswahl der Bewertungsinstrumente
- 8.7.3. Arten von Bewertungstechniken und -instrumenten

**8.8. Bedürfnisse, Lücken und Anforderungen. Erstbewertung und Programmgestaltung**

- 8.8.1. Erstbewertung, Einführung
- 8.8.2. Bedarfsanalyse
- 8.8.3. Programmgestaltung

**8.9. Entwicklung des Programms. Formative Bewertung des Programms**

- 8.9.1. Einführung
- 8.9.2. Formative Bewertung. Entwicklung
- 8.9.3. Schlussfolgerungen

**8.10. Abschluss des Programms. Abschließende, summative Bewertung**

- 8.10.1. Einführung
- 8.10.2. Abschließende, summative Bewertung
- 8.10.3. Schlussfolgerungen

**Modul 9. Qualitätspolitik in Bildungseinrichtungen**

**9.1. Die Qualität der Bildung: Diskurse, Politik und Praxis**

- 9.1.1. Einführung: Qualität und Bildung
- 9.1.2. Bildungsqualität und Neoliberalismus
- 9.1.3. Bildungspolitische Diskurse
- 9.1.4. Das Recht auf hochwertige Bildung

**9.2. Debatten über die Qualität der Bildung**

- 9.2.1. Einführung
- 9.2.2. Qualität und öffentliche Schulen
- 9.2.3. Konflikt über die Bildungsqualität
- 9.2.4. Schlussfolgerungen

**9.3. Zeitgenössische politische Diskurse über die Bildungsqualität auf internationaler Ebene**

- 9.3.1. Einführung
- 9.3.2. Diskursive Verschiebungen in der Bildung
- 9.3.3. Qualität und verborgene Entwicklung
- 9.3.4. Konzept der menschlichen Entwicklung
- 9.3.5. Internationale Diskurse über die Bildungsqualität

**9.4. Politiken, Pläne und Programme zur Verbesserung der Bildungsqualität**

- 9.4.1. Das Konzept und der Hintergrund der Bewegung zur Verbesserung der Schulqualität
- 9.4.2. Historische Entwicklung der Schulqualität
- 9.4.3. Beiträge der Politik zur Verbesserung der Schulqualität
- 9.4.4. Etappen des Prozesses zur Verbesserung der Schulqualität

**9.5. Systeme zur Bewertung von Qualität und Bildung**

- 9.5.1. Einführung: Qualität und Bewertung
  - 9.5.1.1. Funktionen der Qualitätsbewertung
  - 9.5.1.2. Objekte der Qualitätsbewertung
  - 9.5.1.3. Merkmale der Qualitätsbewertung
  - 9.5.1.4. Missbräuchliche Verwendung der Qualitätsbewertung
- 9.5.2. Qualitätsindikatoren
- 9.5.3. Bewertungen in Schulen
- 9.5.4. Schlussfolgerungen

**9.6. Perspektiven für die Bewertung der Qualität der Bildung**

- 9.6.1. Bewertung als Mittel zur Verbesserung
- 9.6.2. Umfassender, ganzheitlicher Bewertungsansatz
- 9.6.3. Potenzielle Risiken der Bewertung
- 9.6.4. Schlussfolgerungen

**9.7. Zeitgenössische Praktiken zur Verbesserung der Bildungsqualität**

- 9.7.1. Qualitätspolitik im Bildungswesen in Spanien
- 9.7.2. Qualitätspolitik im Bildungswesen in Lateinamerika
- 9.7.3. Qualitätspolitik im Bildungswesen in Frankreich

**9.8. Gender-Ansatz und Qualität in der Bildung**

- 9.8.1. Geschlecht und Qualität der Bildung
- 9.8.2. Geschlecht als Element der Qualität
- 9.8.3. Schlussfolgerungen

**9.9. Bürgerschaftlicher Ansatz und hochwertige Bildung**

- 9.9.1. Beteiligung der Bürger und Verbesserung der Bildungsqualität
- 9.9.2. Demokratie und Qualität
- 9.9.3. Schlussfolgerungen

**9.10. Universität und Bildungsqualität**

- 9.10.1. Hochschulqualität: Konzept und Dimensionen
- 9.10.2. Die Massenuniversität
- 9.10.3. Bildungsakteure rund um die Qualität
- 9.10.4. Forschung, Qualität und die Universität
- 9.10.5. Schlussfolgerungen

**Modul 10. Gleichberechtigung und Diversität im Klassenzimmer**
**10.1. Grundlegende Konzepte zu Gleichstellung und Vielfalt**

- 10.1.1. Gleichheit, Vielfalt, Unterschiedlichkeit, Gerechtigkeit und Gleichheit
- 10.1.2. Vielfalt als positiver und inhärenter Teil des Lebens
- 10.1.3. Relativismus und Ethnozentrismus
- 10.1.4. Menschenwürde und Menschenrechte
- 10.1.5. Theoretische Perspektiven zur Vielfalt im Klassenzimmer
- 10.1.6. Bibliografische Referenzen

**10.2. Entwicklung von der Sonderpädagogik zur integrativen Erziehung in der frühkindlichen Bildung**

- 10.2.1. Schlüsselkonzepte von der Sonderpädagogik zur integrativen Bildung
- 10.2.2. Bedingungen für integrative Schulbildung
- 10.2.3. Förderung der integrativen Bildung in der Vorschulerziehung

**10.3. Merkmale und Bedürfnisse in der frühen Kindheit**

- 10.3.1. Erwerb von motorischen Fähigkeiten
- 10.3.2. Erwerb der psychologischen Entwicklung
- 10.3.3. Entwicklung der Subjektivierung

**10.4. Ausschluss in der Schule**

- 10.4.1. Der versteckte Lehrplan
- 10.4.2. Intoleranz und Fremdenfeindlichkeit
- 10.4.3. Wie erkennt man Mobbing im Klassenzimmer?
- 10.4.4. Bibliografische Referenzen

**10.5. Hauptfaktoren für Schulversagen**

- 10.5.1. Stereotypen und Vorurteile
- 10.5.2. Selbsterfüllende Prophezeiungen, der Pygmalion-Effekt
- 10.5.3. Andere Faktoren, die das Schulversagen beeinflussen
- 10.5.4. Bibliografische Referenzen

**10.6. Inklusive und interkulturelle Schulen**

- 10.6.1. Die Schule als offene Einheit
- 10.6.2. Dialog
- 10.6.3. Interkulturelle Erziehung und Aufmerksamkeit für Vielfalt
- 10.6.4. Was ist interkulturelle Bildung?
- 10.6.5. Probleme im schulischen Umfeld
- 10.6.6. Aktion
- 10.6.7. Vorschläge zur Interkulturalität für die Arbeit im Klassenzimmer
- 10.6.8. Bibliografische Referenzen

**10.7. Digitale Ausgrenzung in der Wissensgesellschaft**

- 10.7.1. Transformationen in der Informations- und Wissensgesellschaft
- 10.7.2. Zugang zu Informationen
- 10.7.3. Web 2.0: vom Konsumenten zum Schöpfer
- 10.7.4. Risiken bei der Nutzung von IKT
- 10.7.5. Die digitale Kluft: eine neue Art der Ausgrenzung
- 10.7.6. Bildung im Angesicht der digitalen Ausgrenzung
- 10.7.7. Bibliografische Referenzen

**10.8. Die Einbeziehung von IKT in verschiedenen Schulen**

- 10.8.1. Schulische Inklusion und digitale Inklusion
- 10.8.2. Digitale Inklusion in der Schule, Vorteile und Anforderungen
- 10.8.3. Veränderungen in der Konzeption des Bildungsprozesses
- 10.8.4. Veränderungen in den Rollen von Lehrkräften und Schülern
- 10.8.5. IKT als ein Element der Aufmerksamkeit für Vielfalt
- 10.8.6. Die Nutzung von IKT für Schüler mit pädagogischem Förderbedarf
- 10.8.7. Bibliografische Referenzen

**10.9. Aktive Methoden für das Lernen mit IKT**

- 10.9.1. Einführung und Ziele
- 10.9.2. IKT und das neue Bildungsparadigma: Personalisierung des Lernens
- 10.9.3. Aktive Methoden für effektives IKT-Lernen
- 10.9.4. Lernen durch Forschung
- 10.9.5. Kollaboratives und kooperatives Lernen
- 10.9.6. Problem- und projektorientiertes Lernen
- 10.9.7. *Flipped Classroom*
- 10.9.8. Strategien zur Auswahl der richtigen IKT für jede Methode: Multiple Intelligenzen und Lernlandschaften
- 10.9.9. Bibliografische Referenzen

**10.10. Kollaboratives Lernen und *Flipped Classroom***

- 10.10.1. Einführung und Ziele
- 10.10.2. Definition von kollaborativem Lernen
- 10.10.3. Unterschiede zum kooperativen Lernen
- 10.10.4. Werkzeuge für kooperatives und gemeinschaftliches Lernen: Padlet
- 10.10.5. Definition des *Flipped Classroom*
- 10.10.6. Didaktische Maßnahmen für die Programmierung des *Flipped Classroom*
- 10.10.7. Digitale Tools für Ihr umgedrehtes Klassenzimmer
- 10.10.8. Erfahrungen mit umgedrehten Klassenzimmern
- 10.10.9. Bibliografische Referenzen

**Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen**

**11.1. Globalisierung und Governance**

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

**11.2. Führung**

- 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 11.2.2. Führung in Unternehmen
- 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

**11.3. Cross Cultural Management**

- 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.3.3. Diversitätsmanagement

**11.4. Managemententwicklung und Führung**

- 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 11.4.2. Konzept der Führung
- 11.4.3. Theorien der Führung
- 11.4.4. Führungsstile
- 11.4.5. Intelligenz in der Führung
- 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

**11.5. Wirtschaftsethik**

- 11.5.1. Ethik und Moral
- 11.5.2. Wirtschaftsethik
- 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

**11.6. Nachhaltigkeit**

- 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen

**11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens**

- 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

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

- 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards

**11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte**

- 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

**11.10. Rechtliches Umfeld und Corporate Governance**

- 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

**Modul 12. Personal- und Talentmanagement**

**12.1. Strategisches Management von Menschen**

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

**12.2. Kompetenzbasiertes Personalmanagement**

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

**12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement**

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

**12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement**

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

**12.5. Motivation**

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

**12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams**

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

**12.7. Änderungsmanagement**

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

**12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement**

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

**12.9. Kommunikation der Führungskräfte**

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

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

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

**Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung**

**13.1. Wirtschaftliches Umfeld**

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

**13.2. Buchhaltung**

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

**13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence***

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

**13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle**

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

**13.5. Finanzmanagement**

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

**13.6. Finanzielle Planung**

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

**13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie**

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

**13.8. Strategische Finanzierungen**

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

**13.9. Finanzanalyse und -planung**

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

**13.10. Analyse und Lösung von Fällen/ Problemen**

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



**Modul 14. Kaufmännisches Management und strategisches Marketing**

**14.1. Kaufmännisches Management**

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

**14.2. Marketing**

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

**14.3. Strategisches Marketingmanagement**

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

**14.4. Digitales Marketing und elektronischer Handel**

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

**14.5. Digitales Marketing zur Stärkung der Marke**

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

**14.6. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden**

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

**14.7. Verwaltung digitaler Kampagnen**

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

**14.8. Verkaufsstrategie**

- 14.8.1. Verkaufsstrategie
- 14.8.2. Verkaufsmethoden

**14.9. Unternehmenskommunikation**

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

**14.10. Kommunikation und digitaler Ruf**

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

**Modul 15. Geschäftsleitung**

**15.1. General Management**

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

**15.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze**

- 15.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

**15.3. Operations Management**

- 15.3.1. Bedeutung des Managements
- 15.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 15.3.3. Qualitätsmanagement

**15.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern**

- 15.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 15.4.3. Kommunikationsbarrieren

**15.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel**

- 15.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 15.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 15.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 15.5.4. Werkzeuge in der Organisation

**15.6. Krisenkommunikation**

- 15.6.1. Krise
- 15.6.2. Phasen der Krise
- 15.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

**15.7. Einen Krisenplan vorbereiten**

- 15.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 15.7.2. Planung
- 15.7.3. Angemessenheit des Personals

**15.8. Emotionale Intelligenz**

- 15.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 15.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 15.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation

**15.9. Personal Branding**

- 15.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 15.9.2. Regeln des *Personal Branding*
- 15.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

**15.10. Führungsrolle und Teammanagement**

- 15.10.1. Leadership und Führungsstile
- 15.10.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
- 15.10.3. Management von Veränderungsprozessen
- 15.10.4. Leitung multikultureller Teams



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

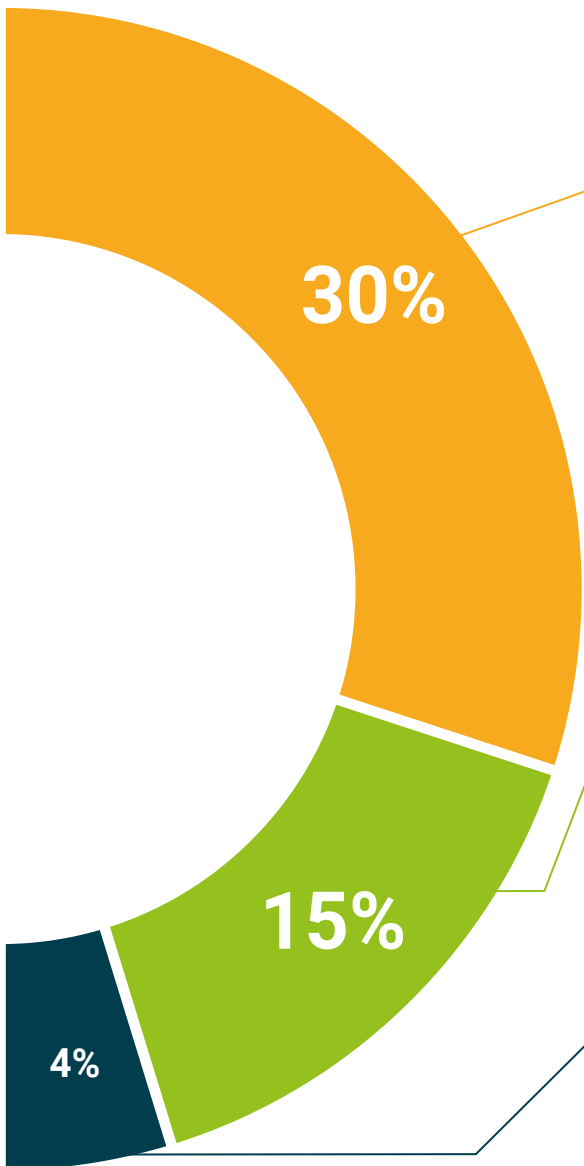
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



### 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

Die Studenten des Executive Masters MBA in Verwaltung der Bildungspolitik sind Fachleute, die sich beruflich verbessern wollen, die sich aber auch für die Verbesserung des Bildungssektors engagieren, die Ideen und Tatkraft haben, die sie in die Tat umsetzen wollen. Es handelt sich also um Studenten, die verstehen, wie wichtig es ist, ihr Studium während ihres gesamten Berufslebens fortzusetzen, um in ihrem Beruf an der Spitze zu bleiben und sich problemlos an die Veränderungen in der Gesellschaft und im Sektor anzupassen.





“

*Verwirklichen Sie Ihre Ziele mit diesem hochintensiven Executive Master, der Ihre Weiterentwicklung fördern wird"*

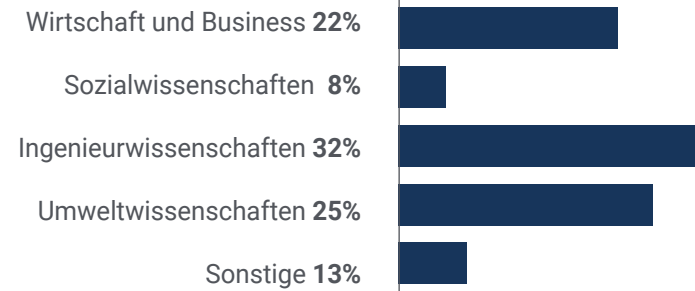
## Durchschnittliches Alter

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

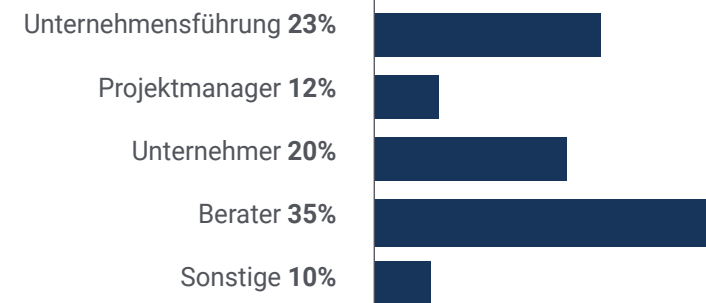
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung

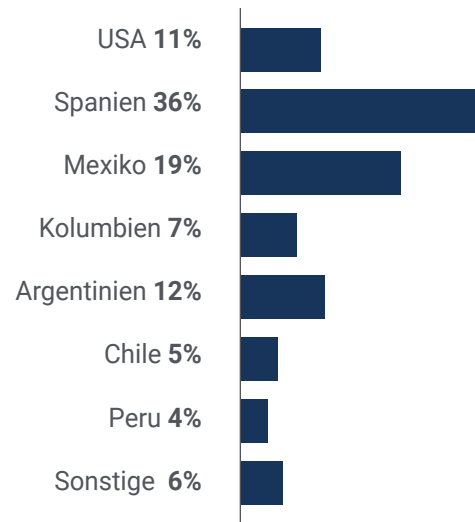


## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung

---



## Pablo Oswaldo López

Spezialist für Sekundarschulbildung

*"Ich hatte schon immer das Gefühl, dass es im Bildungsbereich viel zu fördern und zu verbessern gibt. Dieser Executive Master scheint mir der effizienteste Weg zu sein, um mich einem Arbeitsfeld zu nähern, in dem ich viel im Bereich der Verwaltung der Bildungspolitik beitragen kann"*

09

# Kursleitung

TECH setzt sich kontinuierlich für akademische Exzellenz ein. Aus diesem Grund verfügt jeder ihrer Studiengänge über Dozententeams von höchstem Prestige. Diese Experten verfügen über umfangreiche Erfahrungen in ihren Berufsfeldern und haben gleichzeitig mit ihrer empirischen Forschung und Feldarbeit bedeutende Ergebnisse erzielt. Darüber hinaus spielen diese Fachleute eine führende Rolle im Rahmen des Studiengangs, da sie für die Auswahl der aktuellsten und innovativsten Inhalte verantwortlich sind, die in den Lehrplan aufgenommen werden. Gleichzeitig sind sie an der Entwicklung zahlreicher Multimedia-Ressourcen von hoher pädagogischer Qualität beteiligt.





“

*In diesem Programm von TECH steht Ihnen ein kompletter Lehrkörper zur Verfügung, der sich aus Experten mit umfassender Erfahrung zusammensetzt"*

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Fr. Dove, Jennifer

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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



## Hr. Gauthier, Rick

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Hr. Arman, Romi

---

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

“

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



## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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





## Hr. Arens, Manuel

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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

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



## Hr. La Sala, Andrea

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Hr. Gram, Mick

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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



## Hr. Stevenson, Scott

---

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

“

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

## Internationaler Gastdirektor

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

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

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

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





## Hr. Nyquist, Eric

---

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



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

10

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Die Geschäftsleute von heute müssen ihr Studium über die Betriebswirtschaftslehre hinaus diversifizieren. Die Gesellschaft verändert sich und damit auch das Wissen dieser Spezialisten. Der Erwerb dieses Executive Masters MBA in Verwaltung der Bildungspolitik wird die Qualifikationen der Studenten aufwerten, da er ihnen all das Wissen vermittelt, das, auch wenn es ihnen von ihrer täglichen Arbeit völlig abgehoben erscheint, von großem Nutzen sein kann, wenn es darum geht, Unternehmen zu einem nachhaltigeren Geschäftsmodell zu führen, das die Langlebigkeit der natürlichen Ressourcen begünstigt.



“

*Die interessantesten Studien- und Lernsysteme der Gegenwart, angewandt auf einen professionellen Wachstumsprozess von höchstem Interesse“*

## Sind die Fachleute bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der MBA in Verwaltung der Bildungspolitik der TECH Technologische Universität ist ein intensiver und sehr wertvoller Studiengang, der darauf abzielt, die beruflichen Fähigkeiten der Studenten in einem Bereich mit weitreichenden Kompetenzen zu verbessern. Es ist zweifellos eine einmalige Gelegenheit, sich beruflich, aber auch persönlich zu verbessern, denn es bedeutet Anstrengung und Hingabe.

Studenten, die sich selbst verbessern, eine positive Veränderung auf professioneller Ebene herbeiführen und sich mit den Besten austauschen möchten, werden bei TECH ihren Platz finden.

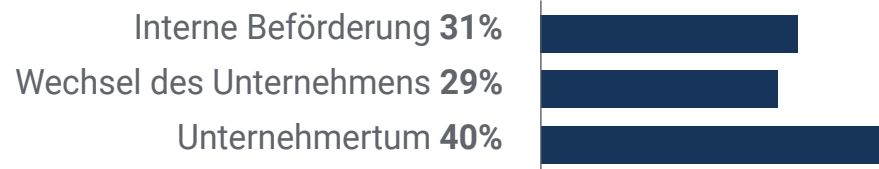
*Geben Sie Ihrer Karriere eine radikale Wende dank der Spezialisierung, die dieses Programm bietet.*

*Ein Programm von großem akademischen Wert, um Ihre Fähigkeiten in der Umweltpolitik 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 Verwaltung der Bildungspolitik von TECH ist ein qualitativ hochwertiges Programm, das darauf abzielt, die Wettbewerbsfähigkeit von Fachleuten aus der Wirtschaft zu verbessern, um dem Bildungssystem im Allgemeinen und den Bildungszentren im Besonderen Impulse zu geben, damit ein Höchstmaß an Qualität erreicht wird. Diese Qualität wird sich in einer besseren Betreuung, einer besseren Anpassung an die soziale Realität und einem Bildungssystem niederschlagen, das typisch für eine integrative, offene und moderne Gesellschaft ist.





“

*Ein Bildungssystem, das in der Lage ist, auf die Bedürfnisse der heutigen Gesellschaft in all ihren Aspekten zu reagieren"*

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 Verwaltung der Bildungspolitik 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 Verwaltung der Bildungspolitik** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

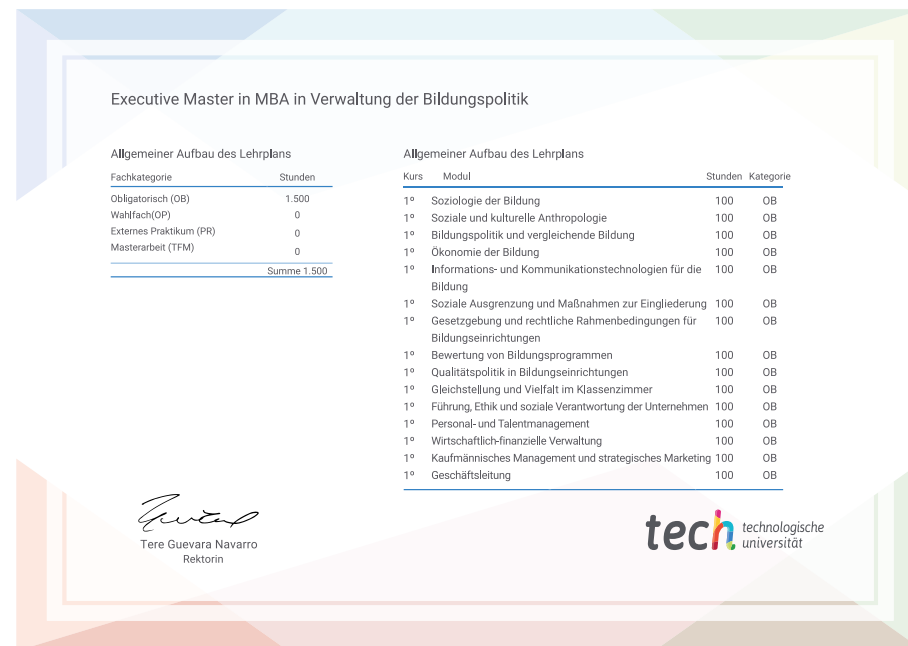
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

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

Titel: **Executive Master in MBA in Verwaltung der Bildungspolitik**

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 Verwaltung der Bildungspolitik

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

# Executive Master

## MBA in Verwaltung der Bildungspolitik

