

Programm für Managemententwicklung

Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie





Programm für Managemententwicklung Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie

- » Modalität: online
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH** Technologische Universität
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**
- » Gerichtet an: **Hochschulabsolventen und Fachleute mit nachweislicher Erfahrung in diesem Sektor.**

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/programm-managemententwicklung/marketing-geschäftliche-institutionelle-strategie

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 18

06

Methodik

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

Seite 36

08

Kursleitung

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 44

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 48

11

Qualifizierung

Seite 52

01 Willkommen

Die Entwicklung einer erfolgreichen Unternehmensstrategie erfordert fachkundige Arbeit im Bereich des Marketings. Dieser Tätigkeitsbereich umfasst ein komplettes Set von Marketinginstrumenten, die nur die besten Profis beherrschen.

Durch dieses sehr umfassende Programm in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie werden Sie in der Lage sein, alle Kenntnisse und Fähigkeiten eines Experten in diesem transzendentalen Bereich der Entwicklung einzubeziehen: eine präzise Beherrschung, die nur die Besten bieten können.



Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie.
TECH Technologische Universität



“

Die Beherrschung der fortschrittlichsten Strategien in den Bereichen Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie in einer hochwirksamen Fortbildung für Ihre berufliche Karriere"

02

Warum an der TECH studieren?

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



“

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

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

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

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



Maximalforderung

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

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



Networking

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

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

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

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

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

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



Multikultureller Kontext

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

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

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



Analyse

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



Akademische Spitzenleistung

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



Skaleneffekt

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



Mit den Besten lernen

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

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



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

03

Warum unser Programm?

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

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



“

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

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

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

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

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

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

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

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

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

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

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

04

Übernahme neuer Verantwortung

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

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

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

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

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

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

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

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

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

04 Ziele

Dieses Programm wurde entwickelt, um Ihre Fähigkeiten in den Bereichen Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie zu verbessern sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu erwerben, die für Ihre berufliche Entwicklung wichtig sind. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

Internationale Erfahrung, ethisches Engagement und Geschäftssinn gehören zu den gefragtesten Eigenschaften von Führungskräften im digitalen Zeitalter"

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

Das **Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Untersuchen der Merkmale und Besonderheiten der digitalen Strategie, der Unternehmensstrategie und der Technologiestrategie

04

Lernen der Funktionsweise des Marketing-Mix

02

Überprüfen aller notwendigen Aspekte des strategischen Personalmanagements

03

Lernen der Grundlagen des Marketings

05

Wissen, wie man Marketingstrategien im digitalen Marketing durchführt



06

Lernen, was *Inbound Marketing* ist und wie es funktioniert

08

Wissen, wie man Marketing- und *Social Business*-Gruppen verwaltet

09

Beherrschen der Grundlagen der internen Kommunikation

07

Entwickeln eines Marketingplans

10

Entwickeln von institutionellen Kommunikationsstrategien



05

Struktur und Inhalt

Das Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie der TECH Technologischen Universität ist ein maßgeschneidertes Programm, das in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass die Zeit und der Ort frei gewählt werden können, je nach Verfügbarkeit, Zeitplan und Interessen.

Ein Programm, das sich über 6 Monate erstreckt und eine einzigartige und anregende Erfahrung sein soll, die den Grundstein für Ihren Erfolg legt.



“

Was Sie studieren, ist sehr wichtig. Die Fähigkeiten und Kompetenzen, die Sie erwerben, sind der Schlüssel. Sie werden keinen vollständigeren Lehrplan als diesen finden"

Lehrplan

Dieses Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie wurde geschaffen, um Studenten die Möglichkeit zu geben, sich das notwendige Wissen in diesem Bereich auf intensive und effiziente Weise anzueignen. Eine Gelegenheit, ihre Fortbildung zu verbessern, mit dem Komfort der effektivsten Online-Methode auf dem Lehrmarkt. TECH bietet ihnen die Möglichkeit, Kenntnisse in diesem Bereich in ihren akademischen Werdegang zu integrieren. Darüber hinaus haben sie mit diesem Programm Zugang zu einer Arbeitsweise, die mit ihrem Berufs- oder Privatleben voll vereinbar ist.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen, mit den Besten in einem interessanten Online-Universum interagieren und zu der neuen Generation von Fachleuten gehören wollen, die ihre Arbeit überall auf der Welt weiterentwickeln können, könnte dies der richtige Weg für Sie sein.

Während dieser Weiterbildung werden die Studenten in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Der Inhalt des Programms für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie soll die Entwicklung von Fähigkeiten fördern, die eine rigorosere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen ermöglichen.

Dieses Programm wurde entwickelt, um Studenten die Möglichkeit zu geben, sich das notwendige Wissen in diesem Bereich auf intensive und effiziente Weise anzueignen. Eine Gelegenheit, ihre Fortbildung zu verbessern, mit dem Komfort der effektivsten Online-Methode auf dem Lehrmarkt. TECH bietet ihnen die Möglichkeit, Kenntnisse in diesem Bereich in ihren akademischen Werdegang zu integrieren. Darüber hinaus haben sie mit diesem Programm Zugang zu einer Arbeitsweise, die mit ihrem Berufs- oder Privatleben voll vereinbar ist.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 6 Monaten und ist in 6 Module unterteilt:

Modul 1	Management und Strategie von Unternehmen und Organisationen
Modul 2	Strategisches und operatives Marketing
Modul 3	Unternehmenskommunikation
Modul 4	Organisationen: Krisenmanagement und soziale Verantwortung
Modul 5	Marketing und institutionelle Kommunikation
Modul 6	Führungsqualitäten und persönliche Kommunikation



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Management und Strategie von Unternehmen und Organisationen

1.1. General Management

- 1.1.1. Konzept des General Management
- 1.1.2. Die Aktion des Generaldirektors
- 1.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 1.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

1.2. Managemententwicklung und Führung

- 1.2.1. Konzept der Managemententwicklung
- 1.2.2. Konzept der Führung
- 1.2.3. Theorien zur Führung
- 1.2.4. Führungsstile
- 1.2.5. Intelligenz in der Führung
- 1.2.6. Die Herausforderungen der Führung heute

1.3. Planung und Strategie

- 1.3.1. Der Plan in einer Strategie
- 1.3.2. Strategische Positionierung
- 1.3.3. Strategie im Unternehmen
- 1.3.4. Planung

1.4. Strategisches Management

- 1.4.1. Das Konzept der Strategie
- 1.4.2. Der Prozess des strategischen Managements
- 1.4.3. Ansätze für das strategische Management

1.5. Digitale Strategie

- 1.5.1. Technologische Strategie und ihre Auswirkungen auf die digitale Innovation
- 1.5.2. Strategische Planung von Informationstechnologien
- 1.5.3. Strategie und Internet

1.6. Unternehmensstrategie

- 1.6.1. Konzept der Unternehmensstrategie
- 1.6.2. Arten der Unternehmensstrategie
- 1.6.3. Instrumente zur Definition von Unternehmensstrategien

1.7. Unternehmensstrategie und technologische Strategie

- 1.7.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
- 1.7.2. Strategische IS/IT-Entscheidungen
- 1.7.3. Unternehmensstrategie vs. technologische und digitale Strategie

1.8. Implementierung der Strategie

- 1.8.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
- 1.8.2. Strategische Karte
- 1.8.3. Differenzierung und Anpassung

1.9. Finanzmanagement

- 1.9.1. Chancen und Bedrohungen in diesem Sektor
- 1.9.2. Das Konzept von Wert und Wertschöpfungskette
- 1.9.3. Szenarioanalyse, Entscheidungsfindung und Notfallplanung

1.10. Strategisches Human Resources Management

- 1.10.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl
- 1.10.2. Schulung und berufliche Entwicklung
- 1.10.3. Strategischer Ansatz für das Personalmanagement
- 1.10.4. Gestaltung und Umsetzung der Personalpolitik und -praxis

Modul 2. Strategisches und operatives Marketing

2.1. Grundlagen des Marketings

- 2.1.1. Marketingkonzept
- 2.1.2. Grundlagen des Marketings
- 2.1.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens

2.2. Marketing Management

- 2.2.1. Konzept des Marketing *Management*
- 2.2.2. Neue Marketing-Realitäten
- 2.2.3. Ein neuer Markt: Fähigkeiten für Verbraucher und Unternehmen
- 2.2.4. Ganzheitliche MK-Orientierung
- 2.2.5. Aktualisierung der 4Ps des Marketings
- 2.2.6. Aufgaben des Marketingmanagements

2.3. Rolle des strategischen Marketings

- 2.3.1. Konzept des strategischen Marketings
- 2.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
- 2.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung

2.4. Dimensionen der Marketingstrategie

- 2.4.1. Marketingstrategien
- 2.4.2. Arten der Marketingstrategien

2.5. Marketing-Mix

- 2.5.1. Konzept des Marketing-Mix
- 2.5.2. Produktstrategien
- 2.5.3. Strategien zur Preisgestaltung
- 2.5.4. Vertriebsstrategien
- 2.5.5. Kommunikationsstrategien

2.6. Digitales Marketing

- 2.6.1. Konzept des digitalen Marketings
- 2.6.2. Vermarktungsstrategien im digitalen Marketing

2.7. Inbound Marketing

- 2.7.1. Wirksames *Inbound Marketing*
- 2.7.2. Vorteile des *Inbound Marketing*
- 2.7.3. Messung des *Inbound Marketing*-Erfolgs

2.8. Entwicklung des Marketingplans

- 2.8.1. Konzept des Marketingplans
- 2.8.2. Analyse und Diagnose der Situation
- 2.8.3. Strategische Marketingentscheidungen
- 2.8.4. Operative Marketingentscheidungen

2.9. Verwaltung von Marketinggruppen

- 2.9.1. Marketinggruppen
- 2.9.2. Erstellung der von Marketinggruppen
- 2.9.3. Leitlinien für die Verwaltung einer Marketinggruppe
- 2.9.4. Zukunft der Marketinggruppen

2.10. Social Business

- 2.10.1. Strategische Vision des Web 2.0 und seine Herausforderungen
- 2.10.2. Konvergenzmöglichkeiten und IKT-Trends
- 2.10.3. Wie man Web 2.0 und soziale Netzwerke profitabel macht
- 2.10.4. Mobilität und digitale Wirtschaft

Modul 3. Unternehmenskommunikation

3.1. Die Kommunikation in Organisationen

- 3.1.1. Organisationen, Menschen und Gesellschaft
- 3.1.2. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens
- 3.1.3. Bidirektionale Kommunikation

3.2. Trends in der Unternehmenskommunikation

- 3.2.1. Erstellung und Verteilung von Unternehmensinhalten
- 3.2.2. Unternehmenskommunikation im Web 2.0
- 3.2.3. Einführung von Metriken in den Kommunikationsprozess

3.3. Werbekommunikation

- 3.3.1. Integrierte Marketingkommunikation
- 3.3.2. Kommunikationsplan für Werbung
- 3.3.3. Merchandising als Kommunikationstechnik

3.4. Medieneffekte

- 3.4.1. Wirksamkeit von Marketing und Werbekommunikation
- 3.4.2. Theorien über Medieneffekte
- 3.4.3. Soziale und *Co-Creation*-Modelle

3.5. Agenturen, Medien und Online-Kanäle

- 3.5.1. Integrierte, kreative und Online-Agenturen
- 3.5.2. Traditionelle und neue Medien
- 3.5.3. Online-Kanäle
- 3.5.4. Andere digitale Akteure

3.6. Krisenkommunikation

- 3.6.1. Definition und Arten von Krise
- 3.6.2. Phasen der Krise
- 3.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente Unternehmenskommunikation

3.7. Kommunikation und digitaler Ruf

- 3.7.1. Online-Reputationsbericht
- 3.7.2. *Netiquette* und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
- 3.7.3. *Branding* und *Networking* 2.0

3.8. Interne Kommunikation

- 3.8.1. Programme für Motivation, soziales Engagement, Teilnahme und Weiterbildung mit HR
- 3.8.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
- 3.8.3. Der interne Kommunikationsplan

3.9. Branding

- 3.9.1. Die Marke und ihre Funktionen
- 3.9.2. Markenbildung (*Branding*)
- 3.9.3. Markenarchitektur

3.10. Umfassender Kommunikationsplan

- 3.10.1. Audit und Diagnose
- 3.10.2. Ausarbeitung des Kommunikationsplans
- 3.10.3. Ergebnisse messen: KPIs und ROI

Modul 4. Organisationen: Krisenmanagement und soziale Verantwortung

4.1. Organisatorische Gestaltung

- 4.1.1. Konzept der Organisationsgestaltung
- 4.1.2. Organisatorische Strukturen
- 4.1.3. Arten von Organisationsformen

4.2. Struktur der Organisation

- 4.2.1. Wichtigste Koordinierungsmechanismen
- 4.2.2. Abteilungen und Organigramme
- 4.2.3. Autorität und Verantwortung
- 4.2.4. Das *Empowerment*

4.3. Soziale Verantwortung der Unternehmen

- 4.3.1. Soziales Engagement
- 4.3.2. Nachhaltige Organisationen
- 4.3.3. Die Ethik in Organisationen

4.4. Soziale Verantwortung in Organisationen

- 4.4.1. CSR-Management in Organisationen
- 4.4.2. CSR gegenüber Mitarbeitern
- 4.4.3. Nachhaltiges Handeln

4.5. Reputationsmanagement

- 4.5.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
- 4.5.2. Fokus auf Markenreputation
- 4.5.3. Management der Reputation von Führungskräften

4.6. Management von Reputationsrisiken und Krisen

- 4.6.1. Zuhören und Wahrnehmungen steuern
- 4.6.2. Verfahren, Krisenhandbuch und Krisenpläne
- 4.6.3. Schulung von Pressesprechern für Krisenfälle

4.7. Konflikte in Organisationen

- 4.7.1. Interpersonelle Konflikte
- 4.7.2. Konfliktbedingungen
- 4.7.3. Folgen des Konflikts

4.8. Lobbys und Interessengruppen

- 4.8.1. Meinungsgruppen und ihre Rolle in Unternehmen und Institutionen
- 4.8.2. Institutionelle Beziehungen und *Lobbying*
- 4.8.3. Interventionsbereiche, Regulierungsinstrumente, Strategie und Mittel zur Verbreitung

4.9. Verhandlung

- 4.9.1. Interkulturelle Verhandlung
- 4.9.2. Ansätze zur Verhandlung
- 4.9.3. Wirksame Verhandlungstechniken
- 4.9.4. Umstrukturierung

4.10. Strategie der Unternehmensmarke

- 4.10.1. Öffentliches Image und *Stakeholder*
- 4.10.2. Strategie und Management der Unternehmensmarke
- 4.10.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität

Modul 5. Marketing und institutionelle Kommunikation

5.1. Politisches Handeln in Institutionen

- 5.1.1. Konzept der Institution
- 5.1.2. Arten von Institutionen und sozialen Gruppen
- 5.1.3. Institutionelle Maßnahmen

5.2. Institutionelles Marketing

- 5.2.1. Institutionelle Märkte: Bürger und Unternehmen
- 5.2.2. Institutionelles Angebot
- 5.2.3. Zufriedenheit der Bürger

5.3. Marketingpläne in den Institutionen

- 5.3.1. Analyse des institutionellen Umfelds
- 5.3.2. Ziele der Institution
- 5.3.3. Strategische und operative Maßnahmen

5.4. Öffentliche Kommunikation

- 5.4.1. Akteure der politischen Kommunikation
- 5.4.2. Formelle Mittel der Kommunikation: Presse und Institutionen
- 5.4.3. Informelle Mittel der Kommunikation: Netzwerke und Meinungsführer

5.5. Institutionelle Kommunikationsstrategien

- 5.5.1. Inhalt der institutionellen Informationen
- 5.5.2. Institutionelle Kommunikationsziele
- 5.5.3. Wichtigste Kommunikationsstrategien

5.6. Planung der institutionellen politischen Agenda

- 5.6.1. Erstellung der institutionellen Agenda
- 5.6.2. Gestaltung von institutionellen Kampagnen
- 5.6.3. Zielgruppen der Kampagnen

5.7. Kommunikation der Regierung: Offene Regierung

- 5.7.1. Konzept der offenen Regierung
- 5.7.2. Die Medien
- 5.7.3. Arten von Nachrichten

5.8. Politische Kommunikation in Demokratien

- 5.8.1. Die Nachfrage nach Informationen in demokratischen Gesellschaften
- 5.8.2. Institutionen als Informationsquellen
- 5.8.3. Die Medien

5.9. Die Digitale Demokratie

- 5.9.1. Konzept der digitalen Demokratie
- 5.9.2. Sozialer Dialog im Internet
- 5.9.3. Szenarioanalyse, Entscheidungsfindung und Notfallplanung

5.10. Soziale Verantwortung in Institutionen

- 5.10.1. Menschenrechte und soziale Verantwortung
- 5.10.2. Klimawandel und soziale Verantwortung
- 5.10.3. Institutionelle Ethik

Modul 6. Führungsqualitäten und persönliche Kommunikation

6.1. Kommunikation und Führung

- 6.1.1. *Leadership* und Führungsstile
- 6.1.2. Motivation
- 6.1.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0

6.2. Zwischenmenschliche Kommunikation

- 6.2.1. Körpersprache
- 6.2.2. Selbstbewusste Kommunikation
- 6.2.3. Interviews

6.3. Persönliche Fähigkeiten und Einfluss

- 6.3.1. Persönliche Fähigkeiten und Einfluss
- 6.3.2. Stressbewältigung
- 6.3.3. Zeitmanagement

6.4. Strategische Führung

- 6.4.1. Führungsmodelle
- 6.4.2. *Coaching*
- 6.4.3. *Mentoring*
- 6.4.4. Transformationelle Führung

6.5. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 6.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 6.5.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 6.5.3. Hindernisse für die persönliche Kommunikation

6.6. Macht in der Organisation

- 6.6.1. Macht in Organisationen
- 6.6.2. Strukturelle Machtquellen
- 6.6.3. Politische Taktiken

6.7. Management und CSR

- 6.7.1. Strategische Vision der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 6.7.2. Systeme und Modelle für die Implementierung von CSR
- 6.7.3. Organisation der CSR. Rollen und Verantwortlichkeiten

6.8. Emotionale Intelligenz

- 6.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
- 6.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
- 6.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache

6.9. Psychologisches Profil des Kandidaten

- 6.9.1. Psychologie der Führungsrolle
- 6.9.2. Persönlichkeitstypologie von Politikern
- 6.9.3. Erwartungen an den idealen Kandidaten

6.10. Persönliches *Branding*

- 6.10.1. Strategien für die persönliche Markenbildung
- 6.10.2. Regeln des Personal *Branding*
- 6.10.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke



Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Programm, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen"

06

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.



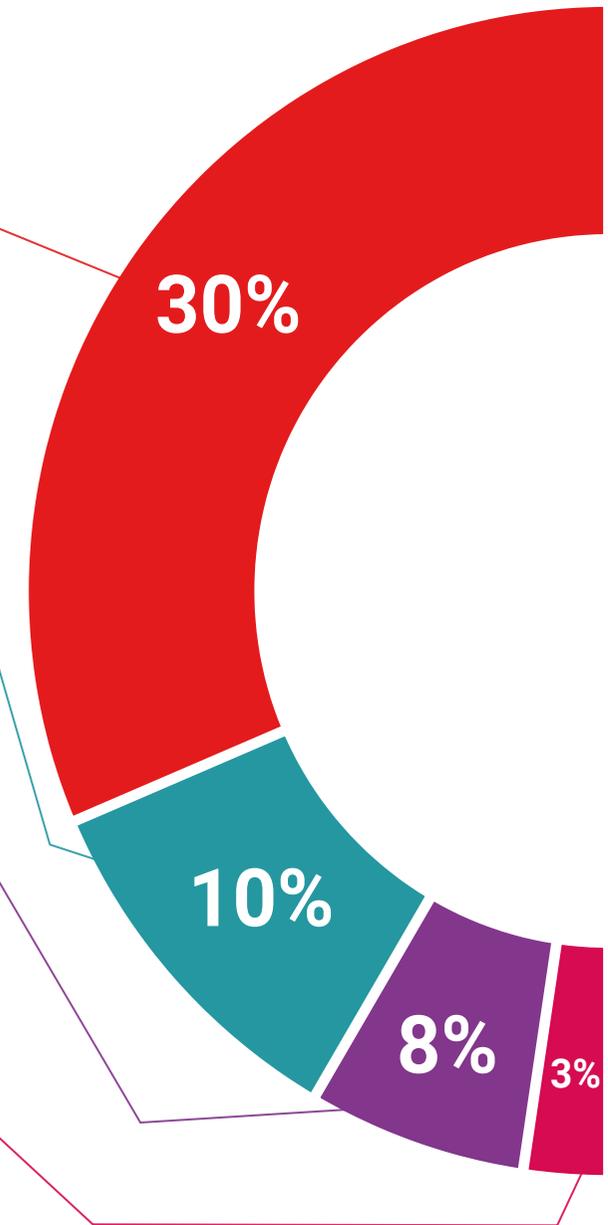
Übungen zu Managementfähigkeiten

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.



07

Profil unserer Studenten

Das Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie von TECH ist ein Programm, das sich an Fachleute aus den Bereichen Journalismus und Kommunikation richtet, die ihr Wissen aktualisieren und in ihrer beruflichen Laufbahn vorankommen möchten.





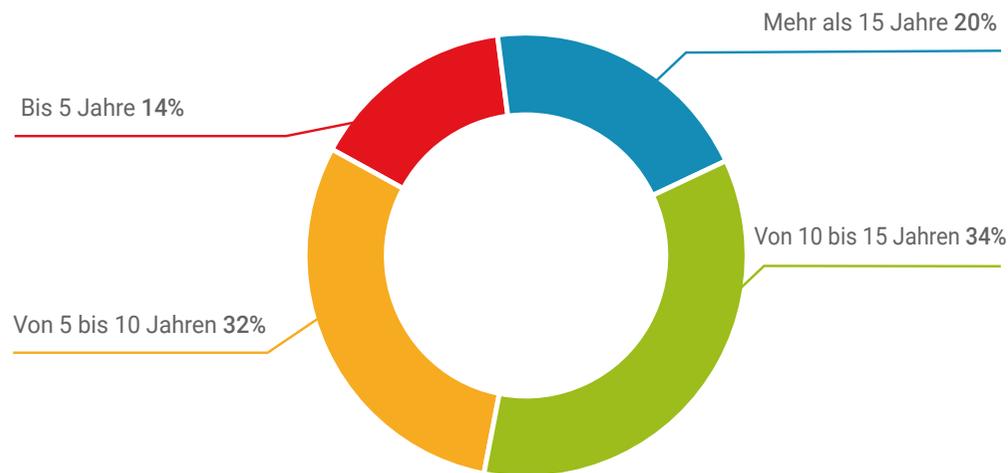
“

Wenn Sie eine interessante Verbesserung Ihrer beruflichen Laufbahn anstreben und gleichzeitig weiterarbeiten möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"

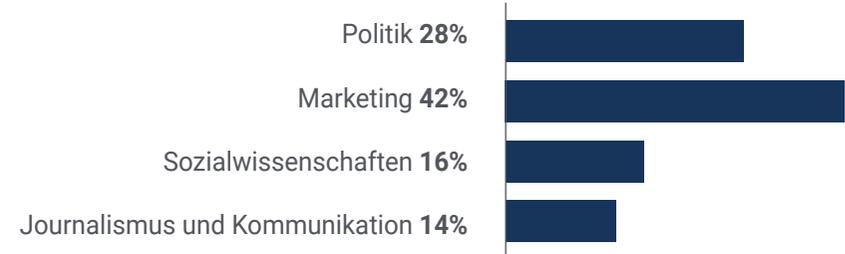
Durchschnittliches Alter

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

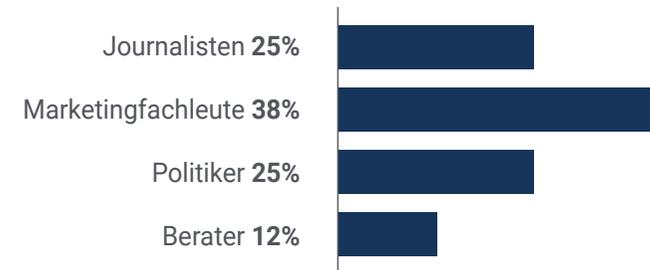
Jahre der Erfahrung



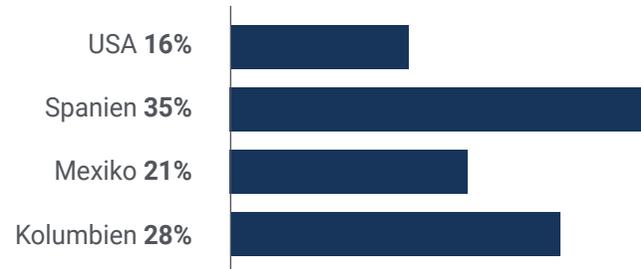
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Susana García Contreras

Business Development Manager

"Ich konnte die gewünschte Spezialisierung in Marketing nicht abschließen, weil ich sie nicht mit meiner Arbeit vereinbaren konnte. Aber mit diesem Programm für Managemententwicklung war es einfach und bequem für mich, so dass ich es effizient absolvieren konnte"

08

Kursleitung

In einem generalisierten Roten Ozean, wie er derzeit im Wirtschafts panorama zu finden ist, ist die Durchführung einer angemessenen Marketing- und Markenimage-Strategie eine äußerst heikle Angelegenheit. Aus diesem Grund verfügt TECH über ein Dozententeam, das sich auf das höchste Niveau der Unternehmensführung spezialisiert hat. Der Student hat die Garantie, dass er Zugang zu einem Lehrplan hat, der aus der eigenen Lehrerfahrung heraus geschrieben wurde, mit einer aktuellen und innovativen praktischen und theoretischen Vision.



“

Profitieren Sie von den Kenntnissen eines fachkundigen Dozententeams in den Bereichen Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie, was Ihrem Angebot einen deutlichen Schub verleiht"

Leitung



Hr. López Rausell, Adolfo

- ♦ Direktor der TECH Business School
- ♦ Technisches Management in Projekten und Marktstudien bei Investgroup
- ♦ Geschäftsführung des Innovationsclubs der Valencianischen Gemeinschaft
- ♦ Hochschulabschluss in Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ♦ Universitätskurs in Marketing an der ESEM Business School

MARKETING STRATEGY

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquam sit consetetur. Duis autem vel eum irure tempor et faucibus, ut volutpat et esse rebus. Consetetur.



meeting
3:30 PM
with John
24 Dec



09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Wir sind uns bewusst, dass die Durchführung eines Programms mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition bedeutet.

Das oberste Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Und das mit bewährter Effizienz.



“

Eine positive Veränderung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu bewirken, das ist die Herausforderung für TECH. Wir setzen alles daran, Ihnen dabei zu helfen"

Das Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie ermöglicht es Ihnen, in Ihrem Beruf voranzukommen.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Eine ausgezeichnete Karriereentwicklung erwartet Sie.

Mit dieser Weiterbildung werden Sie in der Lage sein, in Ihrem Beruf erheblich voranzukommen, auch wenn Sie dafür zweifellos in verschiedene Bereiche investieren müssen, z. B. in den wirtschaftlichen, beruflichen und persönlichen.

Das Ziel ist jedoch, sich im Berufsleben zu verbessern, und dafür ist es notwendig, zu kämpfen.

Dank dieses Bildungsprojekts werden Sie eine Vielzahl von Stellenangeboten erhalten, mit denen Sie Ihren beruflichen Aufstieg beginnen können.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

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



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Das Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie trägt dazu bei, dass die Talente des Unternehmens ihr volles Potenzial entfalten können, indem es Führungskräfte auf höchster Ebene qualifiziert.

Die Teilnahme an diesem Programm für Managemententwicklung ist eine einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netzwerk von Kontakten zu knüpfen, in dem zukünftige Geschäftspartner, Kunden oder Lieferanten gefunden werden können.



“

Im digitalen Zeitalter wird der Manager neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die wesentliche Veränderungen in der Organisation bewirken können"

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.



11

Qualifizierung

Das Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieses **Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Programm für Managemententwicklung in Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **750 Std.**



*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.



Programm für Managemententwicklung Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Programm für Managemententwicklung

Marketing und Geschäftliche und Institutionelle Strategie