

Weiterbildender Masterstudiengang Internationales Senior Management

W M I S M



Weiterbildender Masterstudiengang Internationales Senior Management

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-internationales-senior-management

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH
studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 22

06

Struktur und Inhalt

Seite 28

07

Methodik

Seite 42

08

Profil unserer Studenten

Seite 50

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 54

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 58

11

Qualifizierung

Seite 62

01

Willkommen

Die Globalisierung hat eine agile und wettbewerbsfähige Internationalisierung der Wirtschaft ermöglicht, die die Expansion in ausländische Märkte begünstigt und den Unternehmen größere Vorteile verschafft. In diesem Zusammenhang ist die Figur des Managers unerlässlich, um ein strategisches Management zu erreichen, das eine Anpassung an das neue Umfeld ermöglicht. Um die Wettbewerbsfähigkeit dieser Fachleute zu erhöhen, wurde dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management geschaffen, mit dem sie ihre Fähigkeiten erweitern und ihre Erwartungen auf den internationalen Markt richten können.



Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management.
TECH Technologische Universität



“

Die Unternehmen fordern ein neues Führungsprofil, das den neuen Trends besser entspricht und sich durch technologisches Wissen, aktives Zuhören im Umgang mit ihren Mitarbeitern und Selbstkritik an ihrer Arbeit auszeichnet"

02

Warum an der TECH studieren?

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



“

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

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

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

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



Maximalforderung

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

95%

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



Vernetzung

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

+100.000

Jährlich geschulte Manager

+200

verschiedene Nationalitäten



Empowerment

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

+500

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

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



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



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



Analyse

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



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



Lerne mit den Besten

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

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



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

03

Warum unser Programm?

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

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



“

Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können“

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

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

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

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

02

Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

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

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

04

Sie werden neue Aufgaben übernehmen

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

45% der Auszubildenden werden intern befördert.

05

Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

Rigorese Entwicklung von Unternehmensprojekten

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

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

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

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

08

Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

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

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

04 Ziele

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, Management- und Führungsfähigkeiten zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung von wesentlicher Bedeutung sein werden. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

Dieses Programm wird Ihnen helfen, sich auf internationales Business Management zu spezialisieren, um in Ihrer täglichen Praxis wettbewerbsfähiger zu werden"

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

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management wird Sie zu Folgendem befähigen:

01

Definition der neusten Trends in der Unternehmensführung unter Berücksichtigung des globalisierten Umfeldes, das die Kriterien des Topmanagements bestimmt

04

Entwicklung von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld

02

Entwicklung der wichtigsten Führungsqualitäten die Berufstätige definieren sollten

05

Erstellung von Unternehmensstrategien, die das Vorgehen für das Unternehmen vorgeben, um wettbewerbsfähiger zu sein und die eigenen Ziele zu erreichen

03

Beachtung bei der Ausarbeitung eines Geschäftsplans die Nachhaltigkeitskriterien der internationalen Normen

06

Entwicklung der wesentlichen Kompetenzen für das strategische Management der Unternehmenstätigkeit

07

Entwicklung innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz

10

Verständnis des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem das Unternehmen tätig ist, und Entwicklung geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen

08

Verstehen, wie die Humanressourcen des Unternehmens am besten verwaltet werden können, um eine bessere Leistung derselben zugunsten der Unternehmensgewinne zu erreichen

11

Verwaltung des Wirtschafts- und Finanzplans des Unternehmens

09

Aneignung der Kommunikationsfähigkeiten, die eine Führungskraft benötigt, um sich Gehör zu verschaffen und von den Mitgliedern ihrer Gemeinschaft verstanden zu werden

12

Verstehen der logistischen Abläufe, die im Unternehmensumfeld notwendig sind, um ein entsprechendes Management zu entwickeln

13

In der Lage sein, die Informations- und Kommunikationstechnologien in den verschiedenen Bereichen des Unternehmens anzuwenden

16

Entwicklung innovativer Strategien im Einklang mit den Projekten

14

Durchführung einer Marketingstrategie, die es ermöglicht, unser Produkt bei unseren potenziellen Kunden bekannt zu machen und ein angemessenes Image unseres Unternehmens zu erzeugen

17

Entwerfen von Strategien zur Identifizierung, Analyse und Entwicklung von Geschäftsmöglichkeiten auf internationalen Märkten

15

In der Lage sein, alle Phasen einer Geschäftsidee zu entwickeln: Entwurf, Realisierungsplan, Umsetzung, Überwachung

18

Umsetzung strategischer Operationen und Aktivitäten im International Business

19

Strukturierung und Verwaltung internationaler Unternehmen

22

Entwurf von Strategien zur Verwaltung von Humanressourcen in einem vielfältigen und internationalen Umfeld

20

Implementierung von Technologie und Informationssystemen zur Erlangung eines Wettbewerbsvorteils

23

Analyse der politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und kulturellen Aspekte des internationalen Umfelds und ihrer Auswirkungen auf den Geschäftserfolg

21

Erwerb der erforderlichen Fähigkeiten zur Erstellung und Verwaltung multinationaler Projekte

24

Erkennen der finanziellen Risiken und Chancen, die mit einer internationalen Geschäftstätigkeit verbunden sind

25

Gründliche Kenntnis der Devisenmärkte

26

In der Lage sein, sich erfolgreich an der Finanzierung von Geschäften auf internationalen Märkten zu beteiligen

27

Umfassende Kenntnis der internationalen Finanzorganisationen





28

Erkennen von Talenten in internationalen Unternehmen

29

Anwendung von Marketinginstrumenten, die dazu beitragen, das Image und den Ruf des Unternehmens auf internationaler Ebene zu verbessern

30

Gründliche Kenntnis des Rechtssystems des internationalen Handels

05

Kompetenzen

Nach Bestehen der Bewertungen des Weiterbildenden Masterstudiengangs in Internationales Senior Management wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine qualitativ hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten didaktischen Methodik erworben haben.





“

*Erwerben Sie die notwendigen Kompetenzen,
um sich im internationalen Business
Management erfolgreich zu entfalten"*

01

Durchführung eines globalen Managements des Unternehmens unter Anwendung von Führungstechniken, die die Leistung der Mitarbeiter so beeinflussen, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden

04

Durchführung eines korrekten Teammanagements, um die Produktivität und damit den Gewinn des Unternehmens zu verbessern

02

Beteiligung an und Leitung der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie

05

In der Lage sein, den Wirtschafts- und Finanzplan des Unternehmens zu verwalten

03

Lösen von Konflikten und Problemen zwischen Arbeitnehmern

06

Steuerung der logistischen Prozesse des Unternehmens sowie des Einkaufs und der Beschaffung

07

Eingehende Untersuchung der neuen
Geschäftsmodelle für Informationssysteme

10

Ausrichtung auf Innovation in allen Prozessen
und Bereichen des Unternehmens

08

Anwendung der am besten geeigneten Strategien
für den elektronischen Handel mit den Produkten
des Unternehmens

11

Leitung der verschiedenen Projekte des Unternehmens

09

Ausarbeitung und Leitung von Marketingplänen

12

Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung
des Unternehmens unter Vermeidung
von Umweltbelastungen

13

Strategisches Management in einem globalisierten Umfeld, um auf geschäftlicher Ebene erfolgreich zu sein

14

Erfolgreiches Management eines internationalen Unternehmens und seiner Humanressourcen

15

Fokus auf Innovation und Kreation für das Design neuer Produkte

16

Gründliche Kenntnis des Vertriebs und der Organisation eines multinationalen Unternehmens

17

Internationale Investitionen tätigen, die für die Rentabilität des Unternehmens von hohem Wert sind



18

Angemessenes Management und Leitung aller Abteilungen des Unternehmens

20

Entwicklung von digitalem Marketing und E-Commerce als unverzichtbaren Bestandteil des Unternehmens

21

Management aller Unternehmensprozesse zur Kontrolle des Qualitätsniveaus

19

Kenntnis der internationalen Besteuerung, die für das Unternehmen aufgrund seiner Teilnahme an globalisierten Märkten gelten wird

22

Gründliche Kenntnis der internationalen Vorschriften, die bei internationalen Geschäften zu beachten sind



06

Struktur und Inhalt

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management ist ein maßgeschneidertes Programm, das zu 100% online angeboten wird, so dass Sie den Zeitpunkt und den Ort wählen können, der Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen am besten entspricht. Ein Programm, das sich über 2 Jahre erstreckt und eine einzigartige und anregende Erfahrung sein soll, die den Grundstein für den Erfolg als Manager und Unternehmer legt.



“

*Ein sehr gut strukturiertes Programm,
das Sie mit den neuesten Konzepten der
internationalen Unternehmensführung
vertraut machen wird"*

Lehrplan

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Der Inhalt ist so konzipiert, dass er die Entwicklung von Managementfähigkeiten fördert, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

Während der 3.000 Unterrichtsstunden wird in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysiert. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management befasst sich eingehend mit den wichtigsten Wirtschaftsbereichen und ist darauf ausgerichtet, Führungskräften die internationale Unternehmensführung aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu vermitteln.

Ein Plan, der auf die berufliche Weiterentwicklung abzielt und Sie darauf vorbereitet, hervorragende Leistungen im Bereich Management und Unternehmensführung zu erzielen. Ein Programm, das auf ihre Bedürfnisse und die ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, und unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Lehrkörper, der ihnen die Kompetenzen vermitteln wird, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 2 Jahre und ist in 17 Module unterteilt:

Modul 1	Führung, Ethik und CSR
Modul 2	Strategisches Management und Unternehmensführung
Modul 3	Personal- und Talentmanagement
Modul 4	Wirtschafts- und Finanzmanagement
Modul 5	Operations- und Logistikmanagement
Modul 6	Management von Informationssystemen
Modul 7	Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation
Modul 8	Innovation und Projektleitung
Modul 9	Leitung und Management in internationalen Unternehmen
Modul 10	Internationale Finanzen und Investitionen I

Modul 11	Internationale Finanzen und Investitionen II
Modul 12	Internationales Personal- und Diversitätsmanagement
Modul 13	Internationale Operationen. Anwendung von <i>Lean Logistics</i>
Modul 14	Internationales Marketing und Vertrieb
Modul 15	Internationales Recht und Besteuerung
Modul 16	Digitales Marketing und elektronischer Handel
Modul 17	Innovation und Entwicklung im internationalen Umfeld

Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management vollständig online zu absolvieren. Während der 2-jährigen Spezialisierung kann der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

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

Modul 1. Führung, Ethik und CSR

1.1. Globalisierung und Führung

- 1.1.1. Globalisierung und Trends: Internationalisierung der Märkte
- 1.1.2. Wirtschaftliches Umfeld und Unternehmensführung
- 1.1.3. *Accountability* oder Rechenschaftspflicht

1.2. Führungsrolle

- 1.2.1. Interkulturelles Umfeld
- 1.2.2. Führung und Unternehmensmanagement
- 1.2.3. Aufgaben und Zuständigkeiten von Führungskräften

1.3. Wirtschaftsethik

- 1.3.1. Ethik und Integrität
- 1.3.2. Ethisches Verhalten in der Wirtschaft
- 1.3.3. Deontologie, Ethik- und Verhaltenskodizes
- 1.3.4. Prävention von Betrug und Korruption

1.4. Nachhaltigkeit

- 1.4.1. Unternehmen und nachhaltige Entwicklung
- 1.4.2. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen
- 1.4.3. Agenda 2030 und SDGs

1.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 1.5.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 1.5.2. Rollen und Verantwortlichkeiten
- 1.5.3. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

Modul 2. Strategisches Management und Unternehmensführung

2.1. Organisatorische Analyse und Gestaltung

- 2.1.1. Organisatorische Kultur
- 2.1.2. Organisatorische Analyse
- 2.1.3. Gestaltung der Organisationsstruktur

2.2. Unternehmensstrategie

- 2.2.1. Strategie auf Unternehmensebene
- 2.2.2. Typologien von Strategien auf Unternehmensebene
- 2.2.3. Festlegung der Unternehmensstrategie
- 2.2.4. Unternehmensstrategie und Reputation

2.3. Strategische Planung und Formulierung

- 2.3.1. Strategisches Denken
- 2.3.2. Strategische Planung und Formulierung
- 2.3.3. Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie

2.4. Strategische Modelle und Muster

- 2.4.1. Wohlstand, Wert und Rentabilität von Investitionen
- 2.4.2. Unternehmensstrategie: Methoden
- 2.4.3. Wachstum und Konsolidierung der Unternehmensstrategie

2.5. Strategisches Management

- 2.5.1. Auftrag, Vision und strategische Werte
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Dashboard
- 2.5.3. Analyse, Kontrolle und Bewertung der Unternehmensstrategie
- 2.5.4. Strategisches Management und *reporting*

2.6. Strategische Umsetzung und Durchführung

- 2.6.1. Strategische Umsetzung: Ziele, Maßnahmen und Auswirkungen
- 2.6.2. Kontrolle und strategische Ausrichtung
- 2.6.3. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

2.7. Geschäftsleitung

- 2.7.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
- 2.7.2. Management-Politik und -Prozesse
- 2.7.3. *Wissensmanagement*

2.8. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen

- 2.8.1. Methodik der Problemlösung
- 2.8.2. Fallmethode
- 2.8.3. Positionierung und Entscheidungsfindung

Modul 3. Personal- und Talentmanagement

3.1. Organisatorisches Verhalten

- 3.1.1. Organisationstheorie
- 3.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
- 3.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

3.2. Strategisches Management von Menschen

- 3.2.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl
- 3.2.2. Strategischer Personalplan: Entwurf und Umsetzung
- 3.2.3. Arbeitsplatzanalyse; Gestaltung und Auswahl von Mitarbeitern
- 3.2.4. Schulung und berufliche Entwicklung

3.3. Managemententwicklung und Führung

- 3.3.1. Managementfähigkeiten: Kompetenzen und Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts
- 3.3.2. Nicht-managerielle Fähigkeiten
- 3.3.3. Karte der Kompetenzen und Fertigkeiten
- 3.3.4. Führung und Personalmanagement

3.4. Änderungsmanagement

- 3.4.1. Leistungsanalyse
- 3.4.2. Strategisches Denken
- 3.4.3. Änderungsmanagement: Schlüsselfaktoren, Prozessgestaltung und -management
- 3.4.4. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

3.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 3.5.1. Verhandlungsziele: differenzierende Elemente
- 3.5.2. Wirksame Verhandlungstechniken
- 3.5.3. Konflikte: Faktoren und Typologien
- 3.5.4. Effizientes Konfliktmanagement: Verhandlung und Kommunikation

3.6. Kommunikation der Führungskräfte

- 3.6.1. Leistungsanalyse
- 3.6.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen
- 3.6.3. Management von Veränderungsprozessen
- 3.6.4. Leitung multikultureller Teams

3.7. Teammanagement und Mitarbeiterleistung

- 3.7.1. Multikulturelles und multidisziplinäres Umfeld
- 3.7.2. Team- und Personalmanagement
- 3.7.3. *Coaching* und menschliche Leistung
- 3.7.4. Managementsitzungen: Planung und Zeitmanagement

3.8. Wissens- und Talentmanagement

- 3.8.1. Identifizierung von Wissen und Talent in Organisationen
- 3.8.2. Modelle für das Wissens- und Talentmanagement in Unternehmen
- 3.8.3. Kreativität und Innovation

Modul 4. Wirtschafts- und Finanzmanagement

4.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 4.1.1. Organisationstheorie
- 4.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
- 4.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

4.2. Internes Rechnungswesen

- 4.2.1. Internationaler Rechnungslegungsrahmen
- 4.2.2. Einführung in den Buchhaltungszyklus
- 4.2.3. Jahresabschlüsse von Unternehmen
- 4.2.4. Analyse von Rechnungsabschlüssen: Entscheidungsfindung

4.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 4.3.1. Haushaltsplanung
- 4.3.2. Managementkontrolle: Aufbau und Ziele
- 4.3.3. Beaufsichtigung und *reporting*

4.4. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen

- 4.4.1. Steuerliche Verantwortung der Gesellschaften
- 4.4.2. Steuerverfahren: ein Fall-Länder-Ansatz

4.5. Systeme der Unternehmenskontrolle

- 4.5.1. Arten der Kontrolle
- 4.5.2. Einhaltung der Vorschriften/*Compliance*
- 4.5.3. Interne Prüfung
- 4.5.4. Externe Prüfung

4.6. Finanzmanagement

- 4.6.1. Einführung in das Finanzmanagement
- 4.6.2. Finanzmanagement und Unternehmensstrategie
- 4.6.3. Finanzdirektor oder Chief Financial Officer (CFO): Führungskompetenzen

4.7. Finanzielle Planung

- 4.7.1. Geschäftsmodelle und Finanzierungsbedarf
- 4.7.2. Instrumente zur Finanzanalyse
- 4.7.3. Kurzfristige Finanzplanung
- 4.7.4. Langfristige Finanzplanung

4.8. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 4.8.1. Finanzielle Investitionen von Unternehmen
- 4.8.2. Strategisches Wachstum: Typologien

4.9. Makroökonomischer Kontext

- 4.9.1. Makroökonomische Analyse
- 4.9.2. Kurzfristige Indikatoren
- 4.9.3. Wirtschaftskreislauf

4.10. Strategische Finanzierungen

- 4.10.1. Bankgeschäft: Aktuelles Umfeld
- 4.10.2. Risikoanalyse und -management

4.11. Geld- und Kapitalmärkte

- 4.11.1. Festverzinslicher Markt
- 4.11.2. Aktienmarkt
- 4.11.3. Bewertung des Unternehmens

4.12. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen

- 4.12.1. Methodik der Problemlösung
- 4.12.2. Fallmethode

Modul 5. Operations- und Logistikmanagement

5.1. Verwaltung der Operationen

- 5.1.1. Definieren Sie die operative Strategie
- 5.1.2. Planung und Kontrolle der Lieferkette
- 5.1.3. Indikatorensysteme

5.2. Verwaltung der Einkäufe

- 5.2.1. Verwaltung der Bestände
- 5.2.2. Lagerverwaltung
- 5.2.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

5.3. Supply chain Management (I)

- 5.3.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
- 5.3.2. Veränderte Nachfragemuster
- 5.3.3. Änderung der Betriebsstrategie

5.4. Supply chain Management (II). Umsetzung

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Logistik-Management
- 5.4.3. Einkauf

5.5. Logistische Prozesse

- 5.5.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
- 5.5.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
- 5.5.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
- 5.5.4. Service nach dem Verkauf

5.6. Logistik und Kunden

- 5.6.1. Bedarfsanalyse und -prognose
- 5.6.2. Absatzprognose und -planung
- 5.6.3. *Kollaborative Planung, Vorhersage und Ersatz*

5.7. Internationale Logistik

- 5.7.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 5.7.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
- 5.7.3. Internationale Logistikplattformen

5.8. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf

- 5.8.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
- 5.8.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
- 5.8.3. Informationssysteme im Betriebsablauf

Modul 6. Management von Informationssystemen

6.1. Verwaltung von Informationssystemen

- 6.1.1. Wirtschaftsinformatik
- 6.1.2. Strategische Entscheidungen
- 6.1.3. Rolle des CIO

6.2. Informationstechnologie und Unternehmensstrategie

- 6.2.1. Unternehmens und Branchenanalyse
- 6.2.2. Internetbasierte Geschäftsmodelle
- 6.2.3. Der Wert der IT im Unternehmen

6.3. Strategische IS-Planung

- 6.3.1. Der strategische Planungsprozess
- 6.3.2. Formulierung der IS-Strategie
- 6.3.3. Plan zur Umsetzung der Strategie

6.4. Informationssysteme und *Business Intelligence*

- 6.4.1. CRM und *Business Intelligence*
- 6.4.2. *Business Intelligence* Projektmanagement
- 6.4.3. *Business Intelligence* Architektur

6.5. Neue IKT-basierte Geschäftsmodelle

- 6.5.1. Technologiebasierte Geschäftsmodelle
- 6.5.2. Fähigkeiten zur Innovation
- 6.5.3. Neugestaltung der Prozesse in der Wertschöpfungskette

6.6. Elektronischer Geschäftsverkehr

- 6.6.1. Strategieplan für elektronischen Geschäftsverkehr
- 6.6.2. Logistikmanagement und Kundendienst im elektronischen Handel
- 6.6.3. E-Commerce als Potential für die Internationalisierung

6.7. *E-Business*-Strategien

- 6.7.1. Strategien für *Social Media*
- 6.7.2. Optimierung des Kundendienstes und der Supportkanäle
- 6.7.3. Digitale Regulierung

6.8. *Digital Business*

- 6.8.1. *Mobiler e-Commerce*
- 6.8.2. Design und Benutzerfreundlichkeit
- 6.8.3. E-Commerce-Aktivitäten

Modul 7. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation

7.1. Kaufmännisches Management

- 7.1.1. Vertriebsmanagement
- 7.1.2. Kommerzielle Strategie
- 7.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken
- 7.1.4. Leitung des Verkaufsteams

7.2. Marketing

- 7.2.1. Marketing und seine Auswirkungen auf das Unternehmen
- 7.2.2. Grundlegende Marketingvariablen
- 7.2.3. Marketingplan

7.3. Strategisches Marketing-Management

- 7.3.1. Quellen der Innovation
- 7.3.2. Aktuelle Trends im Marketing
- 7.3.3. Marketinginstrumente
- 7.3.4. Marketingstrategie und Kundenkommunikation

7.4. Digitale Marketingstrategie

- 7.4.1. Ansatz für digitales Marketing
- 7.4.2. Digitale Marketingstrategie
- 7.4.3. *Inbound* Marketing und die Entwicklung des digitalen Marketings

7.5. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie

- 7.5.1. Positionierung und Förderung
- 7.5.2. Öffentlichkeitsarbeit
- 7.5.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie

7.6. Unternehmenskommunikation

- 7.6.1. Interne und externe Kommunikation
- 7.6.2. Abteilungen für Kommunikation
- 7.6.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten

7.7. Strategie der Unternehmenskommunikation

- 7.7.1. Strategie der Unternehmenskommunikation
- 7.7.2. Kommunikationsplan
- 7.7.3. Pressemitteilung/*Clipping*/*Werbung* schreiben

Modul 8. Innovation und Projektleitung

8.1. Innovation

- 8.1.1. Konzeptioneller Rahmen der Innovation
- 8.1.2. Typologien der Innovation
- 8.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
- 8.1.4. Schulung und Innovation

8.2. Innovationsstrategie

- 8.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie
- 8.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management
- 8.2.3. Innovations-Workshops

8.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells

- 8.3.1. *Lean-Startup*-Methodik
- 8.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen
- 8.3.3. Modalitäten der Finanzierung
- 8.3.4. Werkzeuge des Modells: Empathiekarte, Canvas-Modell und Metriken
- 8.3.5. Wachstum und Loyalität

8.4. Projektleitung und -management

- 8.4.1. Innovationsmöglichkeiten
- 8.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge
- 8.4.3. Definition und Konzeption von Projekten
- 8.4.4. Durchführung des Projekts
- 8.4.5. Abschluss des Projekts

Modul 9. Leitung und Management in internationalen Unternehmen

9.1. Cross-cultural Management

- 9.1.1. Die kulturelle Dimension des internationalen Managements
- 9.1.2. Globalisierung in der Unternehmensführung
- 9.1.3. Interkulturelle Führung
- 9.1.4. Wirtschaft, Regierung und Gesellschaft

9.2. Managementkontrolle

- 9.2.1. Strategischer Plan
- 9.2.2. Prozess der Managementkontrolle
- 9.2.3. Budgets und Messung der Ergebnisse

9.3. Strategisches Management von internationalen Unternehmen

- 9.3.1. Internationalisierung in der neuen Weltordnung
- 9.3.2. Einfluss der Kultur auf das internationale Geschäft
- 9.3.3. Auswahl der Märkte und Länder
- 9.3.4. Auslagerung und *Offshoring*

9.4. Strategien zur Internationalisierung

- 9.4.1. Gründe und Voraussetzungen für den Eintritt in ausländische Märkte
- 9.4.2. Strategische Allianzen im Prozess der internationalen Expansion
- 9.4.3. Wege zur Erschließung neuer internationaler Märkte

9.5. Entscheidungen zur Internationalisierung

- 9.5.1. Marktforschung und Entscheidungsfindung
- 9.5.2. Wahl des Standorts und der Betriebsart
- 9.5.3. Wahl der richtigen Rechtsform

9.6. Etappen des Internationalisierungsprozesses

- 9.6.1. Analyse der internationalen Nachfrage
- 9.6.2. Diagnose des Exportpotenzials
- 9.6.3. Planung der Internationalisierung
- 9.6.4. Etappen des Exports

9.7. Internationalisierung je nach Art des Unternehmens

- 9.7.1. Produktunternehmen und Dienstleistungsunternehmen
- 9.7.2. Internationalisierte und multinationale Unternehmen
- 9.7.3. KMU und ihr Internationalisierungsmodell

9.8. Hindernisse für die Internationalisierung

- 9.8.1. Gesetzliche Einschränkungen
- 9.8.2. Logistische, finanzielle und kommerzielle Hindernisse
- 9.8.3. Hindernisse für Direktinvestitionen

Modul 10. Internationale Finanzen und Investitionen I

10.1. Business & International Strategy

- 10.1.1. Internationalisierung
- 10.1.2. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 10.1.3. Internationales Währungssystem

10.2. Makroökonomie und Geldpolitik

- 10.2.1. BIP
- 10.2.2. Finanzielles Gleichgewicht
- 10.2.3. Die Rolle des öffentlichen Sektors
- 10.2.4. Geldpolitik und Steuerpolitik

10.3. Die aktuelle Finanzkrise

- 10.3.1. Schwächen des internationalen Finanzsystems
- 10.3.2. Rechnungslegungsstandards und kreative Buchführung
- 10.3.3. Fehlverhalten im Bankwesen
- 10.3.4. Steuerparadiese

10.4. Devisenmarkt

- 10.4.1. Devisengeschäfte
- 10.4.2. Der Devisenterminmarkt
- 10.4.3. Derivative Instrumente zur Absicherung von Fremdwährungs- und Zinsänderungsrisiken
- 10.4.4. Abwertung und Aufwertung von Währungen

10.5. Liberalisierung der Finanzmärkte

- 10.5.1. Eurodollars und Eurobonds
- 10.5.2. Neue internationale Titel
- 10.5.3. Globalisierung

10.6. Finanzmärkte

- 10.6.1. Merkmale der Finanzmärkte
- 10.6.2. Funktionen der Finanzmärkte
- 10.6.3. Komponenten des Finanzmarktes

10.7. Internationale Zahlungs- und Inkassomittel

- 10.7.1. Banknoten, persönliche Schecks und Bankschecks
- 10.7.2. Überweisung und Zahlungsauftrag
- 10.7.3. Kreditbriefe
- 10.7.4. Factoring, internationaler Swap und andere Mittel

10.8. Finanzierungen auf internationalen Märkten

- 10.8.1. *Incoterms*
- 10.8.2. Derivative Instrumente zur Absicherung potenzieller Rohstoffpreisschwankungen
- 10.8.3. Öffentlich unterstützte Exportkredite
- 10.8.4. Absicherung durch Swapverträge
- 10.8.5. Der OECD-Konsens

Modul 11. Internationale Finanzen und Investitionen II

11.1. Internationale Finanzinstitutionen

- 11.1.1. Der Fonds für die Internationalisierung des Unternehmens
- 11.1.2. Die Weltbankgruppe
- 11.1.3. Die Interamerikanische Entwicklungsbank
- 11.1.4. Die Karibische Entwicklungsbank

11.2. Wechselkursbildung

- 11.2.2. Theorie der Zinssatzparität
- 11.2.3. Theorie der Wechselkurserwartungen
- 11.2.4. Kaufkraftparitätentheorie (KKP)
- 11.2.5. Gleichgewicht der Kapitalmärkte

11.3. Umschuldungsprogramme

- 11.3.1. Rechtlicher Rahmen
- 11.3.2. Funktionsweise
- 11.3.3. Umwandlung von Schulden in öffentliche Investitionen
- 11.3.4. Umwandlung von Schulden in private Investitionen

11.4. Investition in das Unternehmen

- 11.4.1. Konzepte und Klassifizierung
- 11.4.2. Etappen der Untersuchung des Investitionsprojekts
- 11.4.3. Investition als Finanztransaktion

11.5. Wirtschaftliche Bewertungsmethoden

- 11.5.1. Amortisationszeit
- 11.5.2. Gesamter und durchschnittlicher Cashflow pro gebundener Geldeinheit
- 11.5.3. Nettogegenwartswert und interner Zinsfuß
- 11.5.4. Abgezinste Amortisationsdauer und Rentabilität
- 11.5.5. Erwartete Rendite auf den NPV

11.6. Technische Analyse und Fundamentalanalyse

- 11.6.1. Definition und Anwendungsbereich
- 11.6.2. Untersuchung von Diagrammen und Trends
- 11.6.3. Sektor- und Börsenforschung in der Fundamentalanalyse
- 11.6.4. Quoten und grundlegende Analyse

11.7. Investitionsanalyse in einem risikoreichen Umfeld

- 11.7.1. Die Anpassung des Abzinsungssatzes
- 11.7.2. Reduktion der Zahlungsströme auf die Bedingungen der Sicherheit
- 11.7.3. Simulation von Szenarien

11.8. Internationaler Aktienmarkt

- 11.8.1. Wall Street (New York)
- 11.8.2. Goldmarkt
- 11.8.3. Globale Auslandsverschuldung
- 11.8.4. Pariser Club
- 11.8.5. ADR- und GDR-Wertpapiermarkt

Modul 12. Internationales Personal- und Diversitätsmanagement

12.1. Talentmanagement in internationalen Unternehmen

- 12.1.1. Überblick über das Talentmanagement
- 12.1.2. Die Talentkarte der Organisation
- 12.1.3. Kulturelle und Internationalisierungstrends
- 12.1.4. Internationalisierung des Talentmanagements

12.2. Internationales Karrieremanagement

- 12.2.1. Profil der internationalen Fachkraft
- 12.2.2. *Global Mobility*
- 12.2.3. Expatriate Management

12.3. Diversitätsmanagement

- 12.3.1. Mit der Diversität arbeiten
- 12.3.2. Diversität, CSR und *Coaching*
- 12.3.3. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
- 12.3.4. Leitung multikultureller Teams

12.4. Neuer Rahmen für die Arbeitsbeziehungen

- 12.4.1. Arbeitsreform
- 12.4.2. Kollektivverhandlungen
- 12.4.3. Strategische Beziehungen zu den Gewerkschaften
- 12.4.4. Arbeitsbeziehungen und Unternehmensumstrukturierung

12.5. HR marketing: eine internationale Vision

- 12.5.1. *Employer Branding*
- 12.5.2. *HR Customer Experience*

12.6. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 12.6.1. Globalisierung, Menschenrechte und multinationale Unternehmen
- 12.6.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 12.6.3. Spezifische Rechtsinstrumente

12.7. Expatriate Management

- 12.7.1. Management des Expatriierungsprozesses
- 12.7.2. Repatriierung
- 12.7.3. Individuelle Kompetenzen für den Erfolg in internationalen Zielen

12.8. Entlohnung von Expatriates

- 12.8.1. Finanzielle Entlohnung
- 12.8.2. Ort und Währung der Zahlung
- 12.8.3. Steuerpolitik

Modul 13. Internationale Operationen. Anwendung von *Lean Logistics*

13.1. Global supply chain

- 13.1.1. *Global Supply Chain Planning*
- 13.1.2. Globales Lieferkettenmanagement: Logistik und internationale Märkte
- 13.1.3. Die dreifache Achse der Lieferkette

13.2. Importmanagement

- 13.2.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 13.2.2. Internationale Handelsinstitutionen und -abkommen
- 13.2.3. Zollrecht
- 13.2.4. Werksleitung und internationaler Einkauf

13.3. Internationaler Logistikvertrieb

- 13.3.1. Internationaler Transportunternehmer
- 13.3.2. *Hubs* und Vertrieb

13.4. *Incoterms* und internationale Dokumentenverwaltung

- 13.4.1. Export oder Bereitstellung
- 13.4.2. Der Vertrag über die Agentur, den Vertrieb und den internationalen Verkauf und Vertrieb
- 13.4.3. Gewerbliches und geistiges Eigentum
- 13.4.4. Zolltarifliche Einstufung

13.5. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs

- 13.5.1. Die Wahl des Zahlungsmittels
- 13.5.2. Dokumentenakkreditiv
- 13.5.3. Bankgarantie und Dokumentenakkreditiv

13.6. *Internacional Lean Logistics*

- 13.6.1. *Lean*-Grundlagen mit Anwendung in der internationalen Logistik
- 13.6.2. Strategien zur Beseitigung von Logistikabfällen
- 13.6.3. Wichtigste Auswirkungen und Anforderungen
- 13.6.4. Andere Methoden zur Prozessverbesserung

13.7. *Lean*-Operationen

- 13.7.1. *Lean*-Entscheidungen
- 13.7.2. *Lean*-Tools
- 13.7.3. *Lean* und kontinuierliche Verbesserung im SCM

13.8. Wertschöpfung

- 13.8.1. Definition von internationalen Logistikstrategien
- 13.8.2. *Economic Value Added*
- 13.8.3. Internationale Projekte

Modul 14. Internationales Marketing und Vertrieb

14.1. Internationale Marktforschung

- 14.1.1. *Marketing für Schwellenländer*
- 14.1.2. PES-Analyse
- 14.1.3. Was, wie und wohin soll exportiert werden?
- 14.1.4. Internationale Marketing-Mix-Strategien

14.2. Internationale Segmentierung

- 14.2.1. Kriterien für die internationale Marktsegmentierung
- 14.2.2. Marktlücken
- 14.2.3. Internationale Segmentierungsstrategien

14.3. Internationale Positionierung

- 14.3.1. *Branding* auf internationalen Märkten
- 14.3.2. Strategien zur Positionierung auf internationalen Märkten
- 14.3.3. Globale, regionale und lokale Marken

14.4. Produktstrategien auf internationalen Märkten

- 14.4.1. Produktänderung, Anpassung und Diversifizierung
- 14.4.2. Weltweit standardisierte Produkte
- 14.4.3. Die Produktpalette

14.5. Preise und Ausfuhren

- 14.5.1. Berechnung der Ausfuhrpreise
- 14.5.2. *Incoterms*
- 14.5.3. Internationale Preisstrategie

14.6. Qualität im internationalen Marketing

- 14.6.1. Qualität und internationales Marketing
- 14.6.2. Normen und Zertifizierungen
- 14.6.3. CE-Kennzeichnung

14.7. Internationale Förderung

- 14.7.1. Internationaler Marketing-Mix
- 14.7.2. *Werbung* und Öffentlichkeitsarbeit
- 14.7.3. Internationale Messen
- 14.7.4. Marke Land

14.8. Vertrieb über internationale Kanäle

- 14.8.1. *Kanal- und Handelsmarketing*
- 14.8.2. Export-Konsortien
- 14.8.3. Arten von Ausfuhren und Außenhandel

Modul 15. Internationales Recht und Besteuerung

15.1. Rechtliche Regelungen für den internationalen Handel

- 15.1.1. Internationales Wirtschaftsrecht
- 15.1.2. Regulierung der transnationalen Handelsbeziehungen
- 15.1.3. Selbstregulierung des Marktes
- 15.1.4. Umfang des *soft law* im transnationalen Wirtschaftsrecht

15.2. Gewerbliche Schutzrechte und internationaler Handel

- 15.2.1. Internationale Registrierungs- und Kooperationsmechanismen
- 15.2.2. Internationale Regulierung und die Auswirkungen des globalen Handelsmanagements
- 15.2.3. Supranationale Rechte

15.3. Geistiges Eigentum und unlauterer Wettbewerb

- 15.3.1. Zweck und Inhalt der Rechte
- 15.3.2. Grenzüberschreitende Durchsetzung geistigen Eigentums
- 15.3.3. Unlauterer Wettbewerb und der Binnenmarkt
- 15.3.4. Kartellrecht

15.4. Gesellschaften auf der internationalen Bühne

- 15.4.1. Gründung von Gesellschaften
- 15.4.2. Niederlassung von Gesellschaften außerhalb des Staates der Gründung
- 15.4.3. Mobilität und Transformation von Gesellschaften
- 15.4.4. Gesellschaftsrecht und die Europäische Union

15.5. Internationales kommerzielles Contracting

- 15.5.1. Internationale Geschäfte und die Bedeutung des Vertragsrechts
- 15.5.2. Zustandekommen und Inhalt des Vertrages
- 15.5.3. Bestimmung des rechtlichen Status

15.6. Internationale Verkäufe und Nebenverträge

- 15.6.1. Internationaler Verkauf von Waren
- 15.6.2. Verträge über die internationale Beförderung von Gütern
- 15.6.3. Zahlungsmittel
- 15.6.4. Versicherungs-, Garantie- und Finanzierungsverträge

15.7. Partnerschaftsverträge

- 15.7.1. Kommerzieller Vertrieb
- 15.7.2. Technologietransfer und gewerbliches Eigentum
- 15.7.3. Elektronischer Geschäftsverkehr und Telekommunikationsnetze

15.8. Konkursrecht und internationale Handelsschiedsgerichtsbarkeit

- 15.8.1. Budgets und die Entwicklung des Insolvenzverfahrens
- 15.8.2. Extraterritoriale Wirksamkeit von Insolvenzverfahren und Koordinierung zwischen Verfahren
- 15.8.3. Konfiguration der internationalen Schiedsgerichtsbarkeit und der Schiedsgerichtsvereinbarung
- 15.8.4. Schiedsverfahren und gerichtliche Intervention
- 15.8.5. Gerichtliche Überprüfung des Schiedsspruchs

15.9. Internationale Steuerplanung

- 15.9.1. Hybride Finanzinstrumente
- 15.9.2. Planung von Auslandsinvestitionen
- 15.9.3. Besteuerung von internationalen Immobilientransaktionen
- 15.9.4. Transferpreise

15.10. Internationale Steuerpflichten

- 15.10.1. Besteuerung in bestimmten Ländern
- 15.10.2. Internationale Mobilitätspolitik
- 15.10.3. Quellensteuerpflichten auf Arbeitseinkommen
- 15.10.4. Maßnahmen zur Verhinderung von Steuerhinterziehung in Doppelbesteuerungsabkommen

Modul 16. Digitales Marketing und elektronischer Handel

16.1. Digitale Marketingstrategie

- 16.1.1. Segmentierung und Positionierung im Wettbewerbsumfeld
- 16.1.2. Neue Marketingstrategien für Produkte und Dienstleistungen
- 16.1.3. *Von der Innovation zum Cashflow*

16.2. Technologische Strategie

- 16.2.1. Grundlagen der Webentwicklung
- 16.2.2. *Hosting und Cloud Computing*
- 16.2.3. Speicherverwaltungssystem (CMS)
- 16.2.4. Digitale Medien und Formate
- 16.2.5. Technologische Plattformen für E-Commerce

16.3. Digitale Regulierung

- 16.3.1. Datenschutzrichtlinien und LOPD
- 16.3.2. Usurpation des Profils und gefälschte Follower
- 16.3.3. Rechtliche Aspekte von Marketing, Werbung und digitalen Inhalten

16.4. Online-Marktforschung

- 16.4.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Onlinemärkten
- 16.4.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente

16.5. Digital e-Commerce Management

- 16.5.1. Neue Geschäftsmodelle für den elektronischen Handel
- 16.5.2. Planung und Entwicklung eines strategischen Plans für den elektronischen Handel
- 16.5.3. Technologische Struktur im E-Commerce

16.6. Betrieb und Logistik im elektronischen Handel

- 16.6.1. Wie verwaltet man fulfillment?
- 16.6.2. Verwaltung der digitalen Verkaufsstellen
- 16.6.3. *Contact center management*
- 16.6.4. Automatisierung bei der Verwaltung und Überwachung von Prozessen

16.7. Einführung von Techniken des E-Commerce

- 16.7.1. Soziale Medien und Integration in den E-Commerce-Plan
- 16.7.2. *Multichannel-Strategie*
- 16.7.3. Anpassung des *Dashboards*

16.8. Digital pricing

- 16.8.1. Online-Zahlungsmethoden und -Gateways
- 16.8.2. Elektronische Werbeaktionen
- 16.8.3. Digitaler Preis-Timing
- 16.8.4. *E-auctions*

16.9. Strategien für Social Media

- 16.9.1. Der Plan für Unternehmenskommunikation 2.0
- 16.9.2. Öffentlichkeitsarbeit und soziale Medien für Unternehmen
- 16.9.3. Analyse und Bewertung der Ergebnisse

16.10. Community management

- 16.10.1. Rolle, Aufgaben und Zuständigkeiten des *Community-Managers*
- 16.10.2. *Social Media Manager*
- 16.10.3. *Social Media Strategist*

Modul 17. Innovation und Entwicklung im internationalen Umfeld

17.1. Kreatives Denken: Innovation

- 17.1.1. Innovation im Technologieunternehmen
- 17.1.2. Techniken zur Förderung der Kreativität
- 17.1.3. Prozess der Konzeption von innovativen Ideen

17.2. Gewerbliches und geistiges Eigentum

- 17.2.1. Industrielles Eigentum
- 17.2.2. Markenzeichen und Domainnamen
- 17.2.3. Geistiges Eigentum

17.3. Verfahrenstechnik

- 17.3.1. Innovationsstrategien
- 17.3.2. Offene Innovation
- 17.3.3. Innovative Organisation und Kultur
- 17.3.4. Funktionsübergreifende Teams

17.4. Innovation und Produkttechnik

- 17.4.1. Management der Produktentwicklung
- 17.4.2. Prototypen

17.5. Markteinführung und Industrialisierung von neuen Produkten

- 17.5.1. Entwurf neuer Produkte
- 17.5.2. *Lean Design*
- 17.5.3. Industrialisierung von neuen Produkten
- 17.5.4. Fertigung und Montage

17.6. Re-Engineering für radikale Innovation der Geschäftsprozesse des Unternehmens

- 17.6.1. Ursprünge und Entwicklung des Process Reengineering
- 17.6.2. Ziele des Reengineerings
- 17.6.3. Der richtige Ansatz für das Reengineering

17.7. Projektleitung

- 17.7.1. *Agile Development*
- 17.7.2. *Lean Management* bei *Start-ups*
- 17.7.3. *Project tracking and project steering*

17.8. Totales Qualitätsmanagement und fortgeschrittenes Projektmanagement

- 17.8.1. TQM (*Total Quality Management*)
- 17.8.2. *Six Sigma* als System zur Unternehmensführung
- 17.8.3. EFQM-Modell



07

Methodik

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

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





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



Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

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

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

“

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

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

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

Relearning Methodik

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

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

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

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

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



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

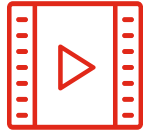
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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

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



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



Studienmaterial

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

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



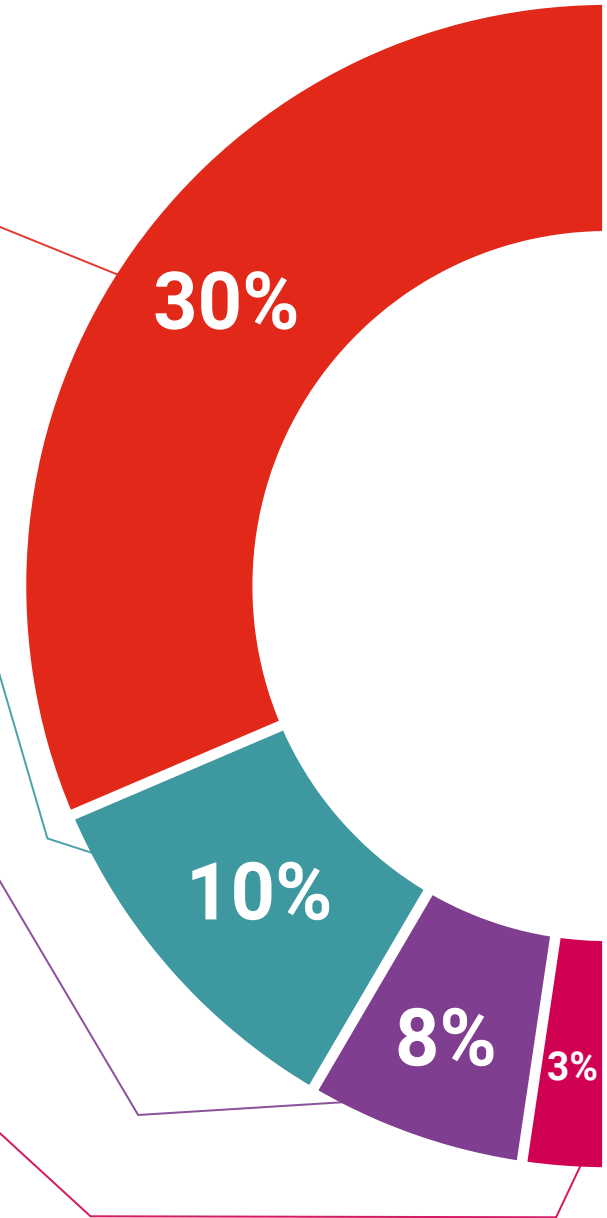
Praxis der Managementfähigkeiten

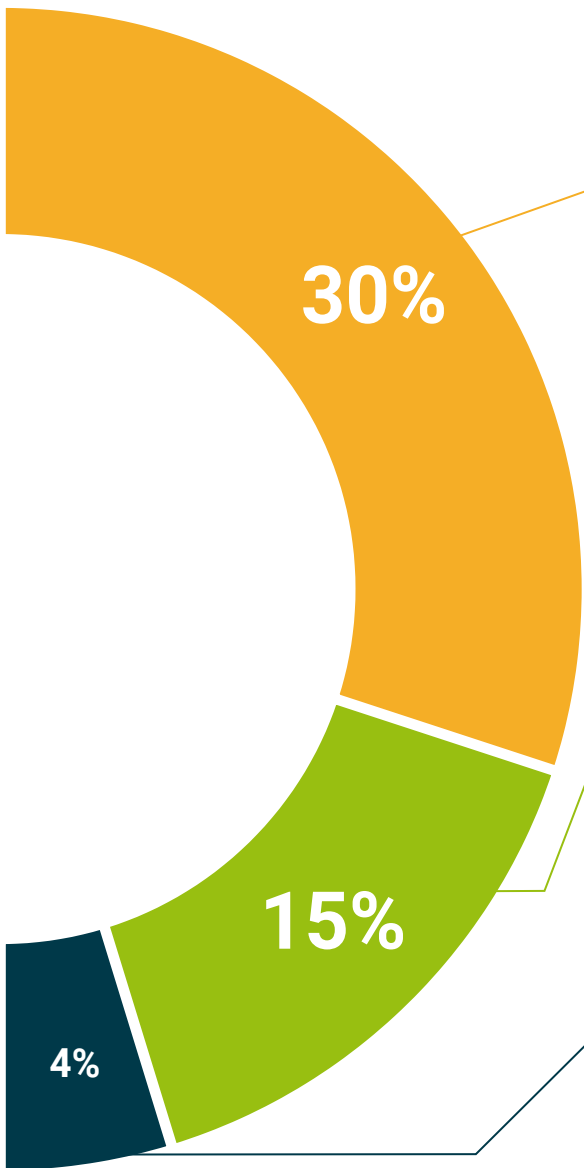
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



08

Profil unserer Studenten

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management ist ein Programm, das sich an erfahrene Fachleute richtet, die ihr Wissen aktualisieren und ihre berufliche Karriere vorantreiben wollen. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.





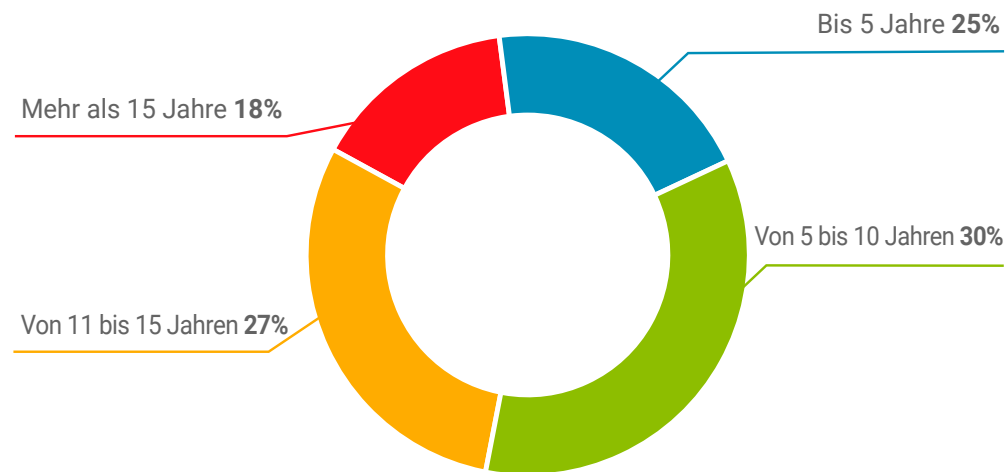
“

Wenn Sie über Erfahrung in der Unternehmensführung verfügen und nach einer interessanten Verbesserung Ihrer Karriere suchen, während Sie weiterhin arbeiten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"

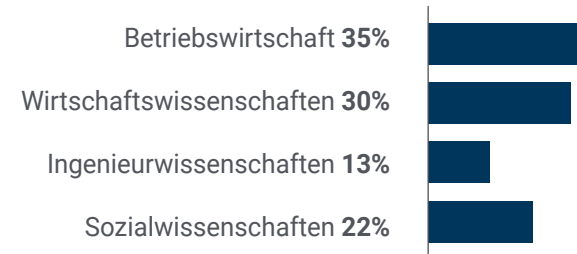
Durchschnittliches Alter

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

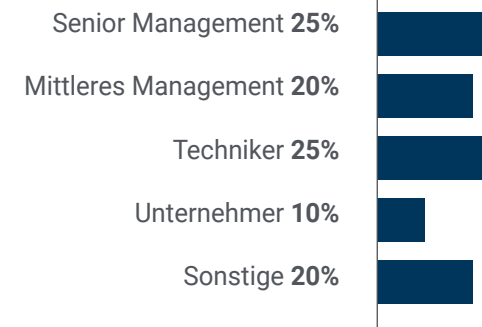
Jahre der Erfahrung



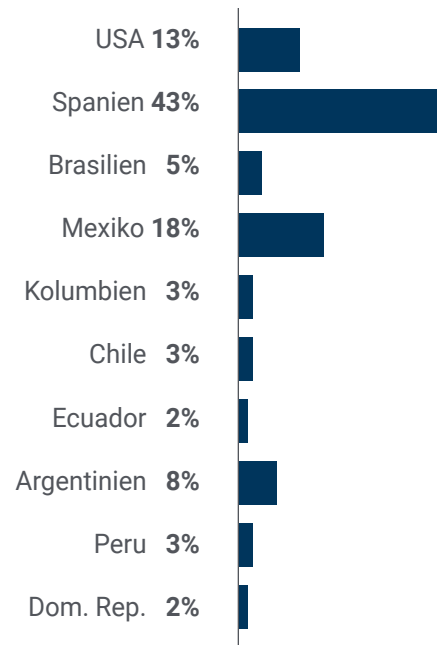
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Mónica Martínez

Direktorin eines multinationalen Unternehmens

"Der Abschluss dieses weiterbildenden Masterstudiengangs hat es mir ermöglicht, auf der Karriereleiter aufzusteigen und das Unternehmen zu leiten, in dem ich seit Jahren arbeite. Zweifellos ein beruflicher Erfolg, den ich ohne diese hochwertige Spezialisierung, die von TECH angeboten wird, nicht erreicht hätte"

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Teilnahme an einem Programm mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition darstellt. Das oberste Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Aus diesem Grund werden den Fachkräften alle Bemühungen und Instrumente zur Verfügung gestellt, um sich die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten anzueignen, um diesen Wandel zu erreichen.



“

Bei TECH richten wir all unsere Bemühungen darauf aus, Ihnen zu helfen, die berufliche Veränderung zu erreichen, die Sie sich verdienen"

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

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Das Hauptziel ist es, die persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

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

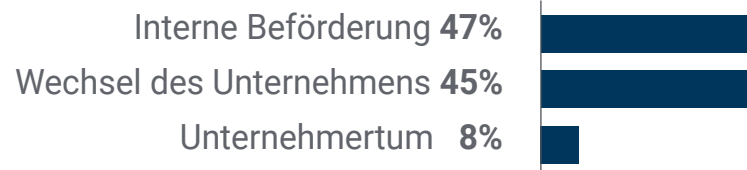
Ein großer Prozentsatz unserer Studenten hat nach dem Studium bei uns Erfolg auf dem Arbeitsmarkt.

Wenn Sie Ihren Beruf positiv verändern wollen, sollten Sie sich die Gelegenheit nicht entgehen lassen, sich bei TECH zu spezialisieren.

Zeit für Veränderungen



Art der Änderung



Verbesserung der Gehälter

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



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Internationales Senior Management trägt dazu bei, dass die Talente der Organisation durch die Spezialisierung hochrangiger Führungskräfte ihr volles Potenzial entfalten können. Die Teilnahme an diesem akademischen Programm wird Sie also nicht nur persönlich, sondern vor allem auch beruflich weiterbringen, indem Sie sich weiterbilden und Ihre Managementfähigkeiten verbessern. Darüber hinaus ist die Mitgliedschaft in der TECH-Bildungsgemeinschaft eine einzigartige Gelegenheit, Zugang zu einem leistungsstarken Netzwerk von Kontakten zu erhalten, um zukünftige professionelle Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.





“

*Nach Abschluss dieses weiterbildenden
Masterstudiengangs werden Sie eine neue
Geschäftsvision in das Unternehmen einbringen"*

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

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Sie werden neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die bedeutende Veränderungen in der Organisation bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Führungskraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Sie werden in der Lage sein, in Zeiten der Ungewissheit und der Krise Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung Ihrer eigenen Projekte

Die Möglichkeit, an einem echten Projekt zu arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder Business Development Ihres Unternehmens zu entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm stattet die Studenten mit den notwendigen Fähigkeiten aus, um neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

11

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Weiterbildender Masterstudiengang in Internationales Senior Management**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **3.000 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.



Weiterbildender Masterstudiengang Internationales Senior Management

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Weiterbildender Masterstudiengang Internationales Senior Management