

Weiterbildender Masterstudiengang Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche

W M S M U L



Weiterbildender Masterstudiengang Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche

- » Modalität: online
- » Dauer: 24 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techitute.com/de/wirtschaftsschule/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-senior-management-unternehmen-lebensmittelbranche

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 42

08

Profil unserer Studenten

Seite 50

09

Kursleitung

Seite 54

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 58

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 62

12

Qualifizierung

Seite 66

01

Willkommen

Die Globalisierung und die digitale Transformation haben neue Geschäftsmöglichkeiten geschaffen und Innovationen bei Produkten und Prozessen vorangetrieben. Führungskräfte in der Lebensmittelbranche müssen sich heute mit der Integration von Nachhaltigkeitsstrategien, der Rückverfolgbarkeit von Produkten, der Lebensmittelsicherheit und dem Klimawandel befassen, was ein tiefes Verständnis der Herausforderungen und Chancen der Branche erfordert. Um diese Herausforderung zu meistern, hat TECH diesen 100%igen Online-Abschluss entwickelt, der den Fachleuten die Möglichkeit gibt, ihre Kompetenzen in Bezug auf die Effizienz der Unternehmensführung in dieser Branche zu erhöhen und die finanzielle Entscheidungsfindung und die Rentabilität des Unternehmens zu verbessern. All dies, zusätzlich zu fortschrittlichem pädagogischem Material, das 24 Stunden am Tag zugänglich ist.



Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche
TECH Technologische Universität



“

*Ein 24-monatiger weiterbildender
Masterstudiengang mit dem Wissen, das
Sie brauchen, um innovative Projekte in
der Lebensmittelbranche voranzutreiben"*

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

Die Fachleute, die an diesem Programm teilnehmen, werden während der 3.000 Unterrichtsstunden ihre Fähigkeiten zur Entwicklung neuer Geschäftsstrategien, zur Anpassung an ein sich veränderndes Umfeld und zur Verbesserung der Rentabilität von Unternehmen in einem globalisierten Kontext verbessern. Um dieses Ziel zu erreichen, hat TECH die neueste Technologie in der Hochschulausbildung eingesetzt.



“

*Verwalten Sie mit Garantie Projekte zur Schaffung
neuer Lebensmittelprodukte mit dem höchsten
Qualitäts- und Sicherheitsniveau"*

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

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Analysieren der historisch-kulturellen Entwicklung der Verarbeitung und des Verzehrs bestimmter Lebensmittel oder Lebensmittelgruppen

04

Unterscheiden der wesentlichen Merkmale von Lebensmitteln und der Zweige der Lebensmittelindustrie im Zusammenhang mit der heutigen Ernährung

02

Beziehen der Fortschritte in der wissenschaftlichen und technischen Kenntnis von Lebensmitteln auf den kulturellen und technischen Fortschritt



03

Identifizieren von Faktoren, die die Auswahl und Akzeptanz von Lebensmitteln beeinflussen

05

Verstehen des Konzepts eines Unternehmens, des institutionellen und rechtlichen Rahmens und der wirtschaftlichen Bilanz eines Unternehmens

06

Erwerben von Kenntnissen zur Bewertung des hygienisch-sanitären und toxikologischen Risikos eines Prozesses, eines Lebensmittels, einer Zutat und einer Verpackung sowie zur Ermittlung möglicher Ursachen für den Verderb von Lebensmitteln und zur Einrichtung von Rückverfolgungsmechanismen

08

Berechnen und Interpretieren der für das Bruttoinlandsprodukt und das landwirtschaftliche Einkommen ermittelten Werte für wirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Anwendungen

09

Entwickeln, Umsetzen, Bewerten und Aufrechterhalten geeigneter Hygienepraktiken, Lebensmittelsicherheits- und Risikokontrollsysteme unter Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften

07

Kennen der der Finanzierungsquellen, Jahresabschlüsse und der verschiedenen Funktionsbereiche eines Unternehmens

10

Zusammenarbeiten beim Verbraucherschutz im Rahmen der Lebensmittelsicherheit



11

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

12

Entwickeln der wichtigsten Führungsqualitäten, die für Berufstätige wichtig sind

13

Befolgen von Nachhaltigkeitskriterien, die von internationalen Standards vorgegeben werden, bei der Entwicklung eines Geschäftsplans

14

Entwickeln von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld

15

Erstellen von Unternehmensstrategien, die dem Unternehmen helfen, wettbewerbsfähiger zu werden und seine eigenen Ziele zu erreichen



16

Entwickeln der wesentlichen Kompetenzen für das strategische Management der Unternehmenstätigkeit

18

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

19

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

17

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

20

Verstehen des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem sich das Unternehmen entwickelt, und Entwickeln geeigneter Strategien zur Antizipation von Veränderungen



05

Kompetenzen

Diese akademische Option ist eine hervorragende Gelegenheit, Schlüsselkompetenzen für das Management und die Leitung von Unternehmen in diesem sich ständig weiterentwickelnden Sektor zu entwickeln. Dank dieses Abschlusses können Fachleute ihre Fähigkeiten in den Bereichen Teammanagement, Finanzen und Buchhaltung, Marketing und Kommunikation, Lieferkettenmanagement, Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit sowie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung von Unternehmen verbessern. All dies wird sie in die Lage versetzen, die Herausforderungen der Lebensmittelindustrie erfolgreich zu meistern und erfolgreiche und nachhaltige Unternehmen in diesem sich ständig weiterentwickelnden Sektor zu führen.



“

Absolvieren Sie diesen Studiengang auf Ihrem bevorzugten Gerät, ohne sich an einen Zeitplan halten oder in ein Zentrum vor Ort gehen zu müssen“

01

Lösen von Konflikten und Problemen
zwischen Arbeitnehmern

02

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

03

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

04

Kontrollieren der Logistik-, Einkaufs- und
Beschaffungsprozesse des Unternehmens

05

Vertiefen der neuen Geschäftsmodelle von
Informationssystemen



06

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

08

Ausrichten auf Innovation in allen Prozessen und Bereichen des Unternehmens



09

Leiten der verschiedenen Projekte des Unternehmens

07

Ausarbeiten und Leiten von Marketingplänen

10

Sich für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens unter Vermeidung von Umweltbelastungen engagieren

11

Kennen und Anwenden geeigneter Marketingtechniken im Bereich der Lebensmittelindustrie

12

Bereitstellen von Präventiv- und Abhilfemaßnahmen zur Bewältigung von Gefahren, die regelmäßig auf jeder Stufe der Lebensmittelherstellungskette auftreten

13

Identifizieren der verschiedenen Arten von Märkten wie monopolistische, oligopolistische und monopolistische Wettbewerbsmärkte

14

Erkennen der Rolle kultureller Normen bei Lebensmittelsitten und -vorschriften sowie der Bedeutung von Lebensmitteln in der Gesellschaft



15

Ermitteln der Probleme im Zusammenhang mit der Verwendung von Lebensmittelzusatzstoffen

16

Zusammenarbeiten beim Verbraucherschutz im Rahmen der Lebensmittelsicherheit und -qualität

18

Identifizieren der Mechanismen und Parameter für die Kontrolle von Prozessen und Anlagen in der Lebensmittelindustrie

19

Umfassendes Kennen von Ernährungs-, Individual- und Sozialverhalten

17

Mitwirken an der Gestaltung, Organisation und Verwaltung der verschiedenen Verpflegungsangebote

20

Beherrschen der Verarbeitungs- und Konservierungsverfahren, die für die wichtigsten Arten der Lebensmittelindustrie typisch sind



06

Struktur und Inhalt

Ob in der Produktion, im Vertrieb oder in der Vermarktung von Lebensmitteln, die Fachkraft, die eine Karriere in diesem Sektor anstrebt, muss sich der Strategien und Entwicklungen in diesem Bereich bewusst sein. Aus diesem Grund hat TECH einen Studiengang entwickelt, der die wichtigsten Bereiche zusammenfasst, so dass die Fachkraft ein fundiertes Wissen über die Lebensmittelwirtschaft und das Lebensmittelunternehmen, das Betriebs- und Logistikmanagement und die Innovation in dieser Branche erlangt.



“

Ein kompletter Lehrplan, der alles von der Führung und dem Marketing bis zur Bewertung der Lebensmittelsicherheit mit dem besten Lehrmaterial abdeckt"

Lehrplan

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen dieser Branche zu stellen. Um diesen Prozess zu fördern, umfasst dieser Abschluss einen vollständigen Lehrplan, der alles von strategischem und kommerziellem Management und Unternehmenskommunikation bis hin zu Fortschritten im Bereich der Lebensmittel und der öffentlichen Gesundheit abdeckt.

All dies mit einem Inhalt, der das fortschrittlichste und innovativste Lehrmaterial enthält, das auf Videozusammenfassungen zu jedem Thema, detaillierten Videos, Fachlektüre und Fallstudien basiert, was den Fachleuten ein viel effektiveres, dynamischeres und nützlicheres praktisches Studium ermöglichen wird.

Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, in ihre tägliche Arbeit Maßnahmen zu integrieren, die auf die soziale Verantwortung der Unternehmen, das Qualitätsmanagement von Lebensmitteln, die Suche

nach Finanzierungsmöglichkeiten oder ein ausgewogeneres Wirtschaftsmanagement in einem Sektor abzielen, der auf die Anforderungen der Verbraucher reagieren muss.

Dank der *Relearning*-Methode, die auf die kontinuierliche Wiederholung der Inhalte während des gesamten Studienverlaufs ausgerichtet ist, werden die Studenten die langen Studienzeiten reduzieren und sich nur auf die wichtigsten Konzepte konzentrieren.

Eine einzigartige Gelegenheit zur beruflichen Weiterentwicklung, die TECH durch einen Universitätsabschluss bietet, bei dem man nur ein digitales Gerät mit einer Internetverbindung benötigt, um den Lehrplan zu jeder Tageszeit einzusehen. Diese Flexibilität ermöglicht es ihnen, ihre täglichen Verpflichtungen mit der Qualität des Unterrichts in Einklang zu bringen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 24 Monaten und ist in 16 Module unterteilt:

Modul 1	Führung, Ethik und CSR
Modul 2	Strategisches Management und Unternehmensführung
Modul 3	Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation
Modul 4	Marketing und Verbraucherverhalten
Modul 5	Lebensmittelwirtschaft und -unternehmen
Modul 6	Lebensmittel und öffentliche Gesundheit
Modul 7	Personal- und Talentmanagement
Modul 8	Wirtschafts- und Finanzmanagement

Modul 9	Betriebs- und Logistikmanagement
Modul 10	Management von Informationssystemen
Modul 11	Innovation und Projektleitung
Modul 12	Lebensmittel, Technologie und Kultur
Modul 13	Lebensmittelindustrie
Modul 14	Lebensmittelhygiene und -sicherheit
Modul 15	Lebensmittelmanagement und -qualität
Modul 16	Bewertung der Ernährungssicherheit

Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Weiterbildenden Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche vollständig online zu absolvieren. Während der 24-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, 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. Führung

- 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 Ansehen

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 und Prozessentwicklung
- 2.7.3. *Knowledge Management*

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. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation

<p>3.1. Kaufmännisches Management</p> <p>3.1.1. Vertriebsmanagement 3.1.2. Kommerzielle Strategie 3.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken 3.1.4. Leitung des Verkaufsteams</p>	<p>3.2. Marketing</p> <p>3.2.1. Marketing und seine Auswirkungen auf das Unternehmen 3.2.2. Grundlegende Marketingvariablen 3.2.3. Marketingplan</p>	<p>3.3. Strategisches Marketing-Management</p> <p>3.3.1. Quellen der Innovation 3.3.2. Aktuelle Trends im Marketing 3.3.3. Marketinginstrumente 3.3.4. Marketingstrategie und Kundenkommunikation</p>	<p>3.4. Digitale Marketingstrategie</p> <p>3.4.1. Ansatz für digitales Marketing 3.4.2. Digitale Marketingstrategie 3.4.3. Inbound Marketing und Entwicklung des digitalen Marketings</p>
<p>3.5. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie</p> <p>3.5.1. Positionierung und Förderung 3.5.2. Öffentlichkeitsarbeit 3.5.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie</p>	<p>3.6. Unternehmenskommunikation</p> <p>3.6.1. Interne und externe Kommunikation 3.6.2. Abteilungen für Kommunikation 3.6.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten</p>	<p>3.7. Strategie der Unternehmenskommunikation</p> <p>3.7.1. Unternehmensstrategie für die Kommunikation 3.7.2. Kommunikationsplan 3.7.3. Pressemitteilung/Clipping/Werbung schreiben</p>	

Modul 4. Marketing und Verbraucherverhalten

<p>4.1. Konzept und Funktion des Marketings im Unternehmen</p> <p>4.1.1. Konzept und Wesen des Marketings 4.1.2. Der Marketingprozess 4.1.3. Unternehmensmärkte 4.1.4. Sich entwickelnde Geschäftsansätze auf dem Markt 4.1.5. Entwicklung und aktuelle Trends im Marketing</p>	<p>4.2. Verbraucherverhalten in Bezug auf Lebensmittel</p> <p>4.2.1. Art und Umfang der Untersuchung des Verbraucherverhaltens 4.2.2. Faktoren, die das Verbraucherverhalten beeinflussen 4.2.3. Prozess der Kaufentscheidung 4.2.4. Der organisatorische Kaufprozess</p>	<p>4.3. Marktforschung im Lebensmittelbereich</p> <p>4.3.1. Konzept, Ziele und Arten der Marktforschung 4.3.2. Informationsquellen im Marketing 4.3.3. Der kommerzielle Forschungsprozess 4.3.4. Instrumente der kommerziellen Forschung 4.3.5. Märkte und Kunden: Segmentierung</p>	<p>4.4. Marketingentscheidungen in Bezug auf Lebensmittel als Handelsprodukt</p> <p>4.4.1. Lebensmittel als Ware, Merkmale und Klassifizierung 4.4.2. Entscheidungen zu Lebensmitteln 4.4.3. Entscheidungen zum Branding</p>
<p>4.5. Entwicklung und Vermarktung neuartiger Lebensmittel</p> <p>4.5.1. Strategie zur Entwicklung neuer Produkte 4.5.2. Etappen der Entwicklung neuer Produkte 4.5.3. Verwaltung eines neuen Produkts 4.5.4. Marketingpolitik im Produktlebenszyklus</p>	<p>4.6. Verwaltung und Preispolitik</p> <p>4.6.1. Preise, Annäherung an das Konzept 4.6.2. Methoden der Preisgestaltung 4.6.3. Preisgestaltungsstrategien für neue Produkte 4.6.4. Preisgestaltung für eine Mischung/Portfolio von Produkten 4.6.5. Strategien zur Preisanpassung</p>	<p>4.7. Kommunikation mit dem Markt</p> <p>4.7.1. Die Rolle der Marketingkommunikation 4.7.2. Kommunikationstools 4.7.3. Entwicklung einer effektiven Kommunikation 4.7.4. Faktoren bei der Festlegung des Kommunikationsmixes</p>	<p>4.8. Verteilung von Lebensmitteln</p> <p>4.8.1. Einführung 4.8.2. Entscheidungen zur Kanalgestaltung 4.8.3. Entscheidungen zur Kanalverwaltung 4.8.4. Integration und Kanalsysteme 4.8.5. Änderungen in der Kanalorganisation</p>

4.9. Entscheidungsprozess der Verbraucher

- 4.9.1. Merkmale der Anreize und des Marktes und ihre Beziehung zur Wahl der Verbraucher
 - 4.9.1.1. Umfassende, begrenzte, routinemäßige Kaufentscheidung
 - 4.9.1.2. High-Involvement- und Low-Involvement-Kaufentscheidungen
 - 4.9.1.3. Die Typologie der Käufer
- 4.9.2. Erkennen des Problems: Konzept und Einflussfaktoren

- 4.9.3. Die Suche nach Informationen: Konzept, Arten, Dimensionen und Bestimmungsfaktoren des Suchprozesses
- 4.9.4. Die Bewertung von Informationen: Bewertungskriterien und Entscheidungsstrategien oder -regeln
- 4.9.5. Allgemeine Aspekte der Markenwahl
 - 4.9.5.1. Die Wahl der Einrichtung
 - 4.9.5.2. Prozesse nach dem Kauf

4.10. Soziale Dimension im Kaufprozess der Verbraucher

- 4.10.1. Kultur und ihr Einfluss auf die Verbraucher: Dimensionen, Konzept und Merkmale der Kultur
- 4.10.2. Wert des Konsums in westlichen Kulturen
 - 4.10.2.1. Soziale Schichten und Verbraucherverhalten: Konzept, Merkmale und Messverfahren
 - 4.10.2.2. Lebensstile
- 4.10.3. Gruppen: Konzept, Merkmale und Arten von Gruppen

- 4.10.3.1. Der Einfluss der Familie auf Kaufentscheidungen
- 4.10.3.2. Arten von Kaufentscheidungen in der Familie und Faktoren, die den Entscheidungsprozess in der Familie beeinflussen
- 4.10.3.3. Lebenszyklus der Familie

Modul 5. Lebensmittelwirtschaft und -unternehmen

5.1. Wirtschaftliche Grundlagen

- 5.1.1. Die Wirtschaft und das Bedürfnis nach Auswahl
- 5.1.2. Die Grenze der Produktionsmöglichkeiten und ihre Anwendung in der Produktion
- 5.1.3. Das Funktionieren einer Marktwirtschaft
- 5.1.4. Die Grenzen des marktwirtschaftlichen Systems und der gemischten Volkswirtschaften

5.2. Nachfrage- und Angebotskurven

- 5.2.1. Marktteilnehmer. Angebot und Nachfrage
- 5.2.2. Marktgleichgewicht
- 5.2.3. Verschiebung der Angebots- und Nachfragekurven

5.3. Anwendungen der Analyse von Angebot und Nachfrage

- 5.3.1. Fallende Agrarpreise
- 5.3.2. Preisober- und -untergrenzen
- 5.3.3. Festsetzung von subventionierten oder gestützten Preisen
- 5.3.4. Wichtigste Systeme zur Unterstützung der Landwirte

5.4. Nachfrage nach Waren

- 5.4.1. Verbrauchernachfrage und Nutzen
- 5.4.2. Marktnachfrage
- 5.4.3. Nachfrage und das Konzept der Elastizität
- 5.4.4. Elastizität der Nachfrage und Gesamteinkommen
- 5.4.5. Andere Elastizitäten

5.5. Produktion im Unternehmen und Produktionskosten

- 5.5.1. Kurzfristige Produktion
- 5.5.2. Produktion und Langfristigkeit
- 5.5.3. Die kurzfristigen Kosten des Unternehmens
- 5.5.4. Langfristige Kosten und Skalenerträge
- 5.5.5. Die Produktionsentscheidungen des Unternehmens und die Gewinnmaximierung

5.6. Typologie der Märkte

- 5.6.1. Die Formen des Wettbewerbs
- 5.6.2. Märkte mit vollkommenem Wettbewerb
- 5.6.3. Das wettbewerbsfähige Unternehmen und die Entscheidung zu produzieren
- 5.6.4. Grundlegende Merkmale des unvollkommenen Wettbewerbs
- 5.6.5. Monopol, Oligopol und monopolistischer Wettbewerb

5.7. Wirtschaftliche Makromagnituden

- 5.7.1. Bruttoinlandsprodukt und allgemeiner Preisindex
- 5.7.2. Einkommen und öffentliche Investitionen
- 5.7.3. Landwirtschaftliche Makromagnituden

5.8. Organisatorische Struktur des Unternehmens. Arten von Unternehmen

- 5.8.1. Einzelunternehmen
- 5.8.2. Unternehmen ohne Rechtspersönlichkeit
- 5.8.3. Unternehmen mit Rechtspersönlichkeit
- 5.8.4. Soziale Verantwortung des Unternehmens
- 5.8.5. Rechtliches und steuerliches Umfeld

5.9. Funktionsbereiche des Unternehmens

- 5.9.1. Unternehmensfinanzierung: Fremd- und Eigenmittel
- 5.9.2. Produktion im Unternehmen
- 5.9.3. Beschaffungsbereich und Methoden der Bestandsverwaltung
- 5.9.4. Personalwesen

5.10. Analyse der Jahresabschlüsse des Unternehmens

- 5.10.1. Analyse des Eigenkapitals
- 5.10.2. Finanzielle Analyse
- 5.10.3. Wirtschaftliche Analyse

Modul 6. Lebensmittel und öffentliche Gesundheit

6.1. Menschliche Ernährung und historische Entwicklung

- 6.1.1. Die natürliche und die kulturelle Tatsache. Biologische Evolution, Handhabung und Herstellung von Werkzeugen
- 6.1.2. Die Nutzung des Feuers, Profile von Jägern und Sammlern. Schlachter oder Vegetarier
- 6.1.3. Biologische, genetische, chemische und mechanische Technologien für die Verarbeitung und Konservierung von Lebensmitteln
- 6.1.4. Ernährung in der Zeit der Römer
- 6.1.5. Einfluss der Entdeckung Amerikas
- 6.1.6. Lebensmittel in entwickelten Ländern
 - 6.1.6.1. Lebensmittelvertriebsketten und -netze
 - 6.1.6.2. Das „Netz“, Welthandel und Kleinunternehmen

6.2. Soziokulturelle Bedeutung von Lebensmitteln

- 6.2.1. Lebensmittel und soziale Kommunikation. Soziale Beziehungen und individuelle Beziehungen
- 6.2.2. Emotionale Ausdrucksformen von Lebensmitteln. Feste und Feiern
- 6.2.3. Beziehungen zwischen Diäten und religiösen Geboten. Essen und Christentum, Hinduismus, Buddhismus, Judentum, Islam
- 6.2.4. Natürliche Lebensmittel, Bio-Lebensmittel und Bio-Lebensmittel
- 6.2.5. Typologie der Diäten: die normale Diät, Schlankheitsdiäten, Heilungsdiäten, magische Diäten und absurde Diäten
- 6.2.6. Realität der Lebensmittel und Wahrnehmung der Lebensmittel. Protokoll für Mahlzeiten in der Familie und in Einrichtungen

6.3. Kommunikation und Essverhalten

- 6.3.1. Schriftliche Medien: spezialisierte Zeitschriften. Populäre Magazine und Fachzeitschriften
- 6.3.2. Audiovisuelle Medien: Radio, Fernsehen, Internet. Verpackung. Werbung
- 6.3.3. Essverhalten. Motivation und Einnahme
- 6.3.4. Lebensmittelkennzeichnung und Verbrauch. Entwicklung von Vorlieben und Abneigungen
- 6.3.5. Ursachen für unterschiedliche Lebensmittelpräferenzen und -haltungen

6.4. Begriff der Gesundheit und der Krankheiten und Epidemiologie

- 6.4.1. Gesundheitsförderung und Krankheitsprävention
- 6.4.2. Ebenen der Prävention. Öffentliches Gesundheitsrecht
- 6.4.3. Lebensmittelmerkmale. Lebensmittel als Träger von Krankheiten
- 6.4.4. Epidemiologische Methoden: Deskriptiv, analytisch, experimentell, prädiktiv

6.5. Gesundheitliche, soziale und wirtschaftliche Bedeutung von Zoonosen

- 6.5.1. Klassifizierung von Zoonosen
- 6.5.2. Faktoren
- 6.5.3. Bewertungskriterien
- 6.5.4. Pläne zur Bekämpfung

6.6. Epidemiologie und Prävention von Krankheiten, die durch Fleisch und Fleischerzeugnisse sowie Fisch und Fischerzeugnisse übertragen werden

- 6.6.1. Einleitung. Epidemiologische Faktoren für durch Fleisch übertragbare Krankheiten
- 6.6.2. Verbraucherkrankheiten
- 6.6.3. Vorbeugende Maßnahmen gegen durch Fleischerzeugnisse übertragene Krankheiten
- 6.6.4. Einleitung. Epidemiologische Faktoren von durch Fische übertragenen Krankheiten
- 6.6.5. Verbraucherkrankheiten
- 6.6.6. Prävention

6.7. Epidemiologie und Prävention von Krankheiten, die durch Milch und Milcherzeugnisse übertragen werden

- 6.7.1. Einleitung. Epidemiologische Faktoren für durch Fleisch übertragbare Krankheiten
- 6.7.2. Verbraucherkrankheiten
- 6.7.3. Vorbeugende Maßnahmen gegen milchinduzierte Krankheiten

6.8. Epidemiologie und Prävention von Krankheiten, die durch Bäckerei-, Konditorei- und Backwaren übertragen werden

- 6.8.1. Einleitung. Epidemiologische Faktoren
- 6.8.2. Verbraucherkrankheiten
- 6.8.3. Prävention

6.9. Epidemiologie und Prävention von Krankheiten, die durch Lebensmittelkonserven und halbkonservierte Lebensmittel sowie durch essbares Gemüse und Pilze übertragen werden

- 6.9.1. Einleitung. Epidemiologische Faktoren von Lebensmittelkonserven und Halbkonserven
- 6.9.2. Krankheiten durch Konserven und Halbkonserven

6.9.3. Gesundheitliche Prävention von Krankheiten, die durch Lebensmittelkonserven und halbkonservierte Lebensmittel übertragen werden

- 6.9.4. Einleitung. Epidemiologische Faktoren von Gemüse und Pilzen
- 6.9.5. Krankheiten durch den Verzehr von Gemüse und Pilzen
- 6.9.6. Gesundheitliche Prävention von Krankheiten, die durch Gemüse und Pilze übertragen werden

6.10. Gesundheitsprobleme, die durch die Verwendung von Zusatzstoffen entstehen, die Quelle von Lebensmittelvergiftungen

- 6.10.1. Natürlich vorkommende Giftstoffe in Lebensmitteln
- 6.10.2. Giftig durch falsche Handhabung
- 6.10.3. Verwendung von Lebensmittelzusatzstoffen

Modul 7. Personal- und Talentmanagement

7.1. Organisatorisches Verhalten

- 7.1.1. Organisationstheorie
- 7.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
- 7.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

7.2. Strategisches Management von Menschen

- 7.2.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl
- 7.2.2. Strategischer Personalplan: Entwurf und Umsetzung
- 7.2.3. Arbeitsplatzanalyse; Gestaltung und Auswahl von Mitarbeitern
- 7.2.4. Schulung und berufliche Entwicklung

7.3. Managemententwicklung und Führung

- 7.3.1. Führungsqualitäten: Kompetenzen und Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts
- 7.3.2. Nicht-managementbezogene Fertigkeiten
- 7.3.3. Karte der Kompetenzen und Fertigkeiten
- 7.3.4. Führung und Personalmanagement

7.4. Änderungsmanagement

- 7.4.1. Leistungsanalyse
- 7.4.2. Strategisches Denken
- 7.4.3. Änderungsmanagement: Schlüsselfaktoren, Prozessgestaltung und -management
- 7.4.4. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung

7.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 7.5.1. Ziele des Verhandlung: Differenzierende Elemente
- 7.5.2. Wirksame Verhandlungstechniken
- 7.5.3. Konflikte: Faktoren und Typologien
- 7.5.4. Effizientes Konfliktmanagement: Verhandlung und Kommunikation

7.6. Kommunikation der Führungskräfte

- 7.6.1. Leistungsanalyse
- 7.6.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen
- 7.6.3. Management von Veränderungsprozessen
- 7.6.4. Leitung multikultureller Teams

7.7. Teammanagement und Mitarbeiterleistung

- 7.7.1. Multikulturelles und multidisziplinäres Umfeld
- 7.7.2. Team- und Personalmanagement
- 7.7.3. Coaching und menschliche Leistung
- 7.7.4. Management-Sitzungen: Planung und Zeitmanagement

7.8. Wissens- und Talentmanagement

- 7.8.1. Identifizierung von Wissen und Talent in Organisationen
- 7.8.2. Modelle für das Wissens- und Talentmanagement in Unternehmen
- 7.8.3. Kreativität und Innovation

Modul 8. Wirtschafts- und Finanzmanagement

8.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 8.1.1. Organisationstheorie
- 8.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
- 8.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement

8.2. Buchhaltung

- 8.2.1. Internationaler Rechnungslegungsrahmen
- 8.2.2. Einführung in den Buchhaltungszyklus
- 8.2.3. Jahresabschlüsse von Unternehmen
- 8.2.4. Analyse der Finanzberichte: Entscheidungsfindung

8.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 8.3.1. Haushaltsplanung
- 8.3.2. Managementkontrolle: Aufbau und Ziele
- 8.3.3. Beaufsichtigung und *Reporting*

8.4. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen

- 8.4.1. Steuerliche Verantwortung der Gesellschaften
- 8.4.2. Steuerliches Verfahren: Länderspezifischer Ansatz

8.5. Systeme der Unternehmenskontrolle

- 8.5.1. Arten der Kontrolle
- 8.5.2. Einhaltung der Vorschriften/Compliance
- 8.5.3. Internes Audit
- 8.5.4. Externes Audit

8.6. Finanzmanagement

- 8.6.1. Einführung in das Finanzmanagement
- 8.6.2. Finanzmanagement und Unternehmensstrategie
- 8.6.3. Finanzdirektor oder *Chief Financial Officer* (CFO): Führungskompetenzen

8.7. Finanzielle Planung

- 8.7.1. Geschäftsmodelle und Finanzierungsbedarf
- 8.7.2. Instrumente zur Finanzanalyse
- 8.7.3. Kurzfristige Finanzplanung
- 8.7.4. Langfristige Finanzplanung

8.8. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 8.8.1. Finanzielle Investitionen von Unternehmen
- 8.8.2. Strategisches Wachstum: Typologien

8.9. Makroökonomischer Kontext

- 8.9.1. Makroökonomische Analyse
- 8.9.2. Kurzfristige Indikatoren
- 8.9.3. Wirtschaftskreislauf

8.10. Strategische Finanzierungen

- 8.10.1. Bankgeschäfte: Aktuelles Umfeld
- 8.10.2. Risikoanalyse und -management

8.11. Geld- und Kapitalmärkte

- 8.11.1. Festverzinslicher Markt
- 8.11.2. Aktienmarkt
- 8.11.3. Bewertung des Unternehmens

8.12. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen

- 8.12.1. Methodik der Problemlösung
- 8.12.2. Fallmethode

Modul 9. Betriebs- und Logistikmanagement

9.1. Verwaltung der Operationen

- 9.1.1. Definition der operativen Strategie
- 9.1.2. Planung und Kontrolle der Lieferkette
- 9.1.3. Indikatorensysteme

9.2. Verwaltung der Einkäufe

- 9.2.1. Verwaltung der Bestände
- 9.2.2. Lagerverwaltung
- 9.2.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

9.3. Supply Chain Management (1)

- 9.3.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
- 9.3.2. Veränderte Nachfragemuster
- 9.3.3. Änderung der Betriebsstrategie

9.4. Supply Chain Management (2). Ausführung

- 9.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 9.4.2. Logistik-Management
- 9.4.3. Einkauf

9.5. Logistische Prozesse

- 9.5.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
- 9.5.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
- 9.5.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
- 9.5.4. Kundendienst

9.6. Logistik und Kunden

- 9.6.1. Bedarfsanalyse und -prognose
- 9.6.2. Absatzprognose und -planung
- 9.6.3. *Collaborative Planning, Forecasting & Replacement*

9.7. Internationale Logistik

- 9.7.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
- 9.7.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
- 9.7.3. Internationale Logistikplattformen

9.8. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf

- 9.8.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
- 9.8.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
- 9.8.3. Informationssysteme im Betriebsablauf

Modul 10. Management von Informationssystemen

10.1. Verwaltung von Informationssystemen

- 10.1.1. Wirtschaftsinformatik
- 10.1.2. Strategische Entscheidungen
- 10.1.3. Rolle des CIO

10.2. Informationstechnologie und Unternehmensstrategie

- 10.2.1. Unternehmens- und Branchenanalyse
- 10.2.2. Internetbasierte Geschäftsmodelle
- 10.2.3. Der Wert der IT im Unternehmen

10.3. Strategische IS-Planung

- 10.3.1. Der strategische Planungsprozess
- 10.3.2. Formulierung der IS-Strategie
- 10.3.3. Plan zur Umsetzung der Strategie

10.4. Informationssysteme und Business Intelligence

- 10.4.1. CRM und *Business Intelligence*
- 10.4.2. *Business Intelligence*-Projektmanagement
- 10.4.3. *Business Intelligence*-Architektur

10.5. Neue IKT-basierte Geschäftsmodelle

- 10.5.1. Technologiebasierte Geschäftsmodelle
- 10.5.2. Fähigkeiten zur Innovation
- 10.5.3. Neugestaltung der Prozesse in der Wertschöpfungskette

10.6. Elektronischer Geschäftsverkehr

- 10.6.1. Strategieplan für elektronischen Geschäftsverkehr
- 10.6.2. Logistikmanagement und Kundendienst im elektronischen Geschäftsverkehr
- 10.6.3. *E-Commerce* als Chance für die Internationalisierung

10.7. E-Business-Strategien

- 10.7.1. Strategien für Social Media
- 10.7.2. Optimierung des Kundendienstes und der Supportkanäle
- 10.7.3. Digitale Regulierung

10.8. Digitales Geschäft

- 10.8.1. *Mobile E-Commerce*
- 10.8.2. Design und Benutzerfreundlichkeit
- 10.8.3. *E-Commerce*-Aktivitäten

Modul 11. Innovation und Projektleitung

11.1. Innovation

- 11.1.1. Makrokonzept der Innovation
- 11.1.2. Typologien der Innovation
- 11.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
- 11.1.4. Schulung und Innovation

11.2. Innovationsstrategie

- 11.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie
- 11.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management
- 11.2.3. Innovations-Workshops

11.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells

- 11.3.1. *Lean-Startup*-Methodik
- 11.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen
- 11.3.3. Modalitäten der Finanzierung
- 11.3.4. Instrumente des Modells: Empathiekarte, Canvas-Modell und Metriken
- 11.3.5. Wachstum und Loyalität

11.4. Projektleitung und -management

- 11.4.1. Innovationsmöglichkeiten
- 11.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge
- 11.4.3. Definition und Konzeption von Projekten
- 11.4.4. Durchführung des Projekts
- 11.4.5. Abschluss des Projekts

Modul 12. Lebensmittel, Technologie und Kultur

12.1. Einführung in die Lebensmittelkultur

- 12.1.1. Lebensmittel und Ernährung: Der Mensch als Allesfresser
- 12.1.2. Konzept der Esskultur und des Essverhaltens
- 12.1.3. Menschliche Ernährung in verschiedenen Gesellschaftstypen
- 12.1.4. Konzept der adaptiven Ernährung: Beispiele für die Anpassungen der Ernährung

12.2. Faktoren, die die Ernährung beeinflussen

- 12.2.1. Ideologische Bedeutung von Lebensmitteln
- 12.2.2. Ernährung und Geschlecht
- 12.2.3. Essgewohnheiten in verschiedenen Kulturen: Produktion, Konsum und Verhalten

12.3. Religion und Ernährung

- 12.3.1. Erlaubte und verbotene Lebensmittel
- 12.3.2. Beziehung zwischen Lebensmitteln und religiösen Ritualen
- 12.3.3. Religionsbezogene Ernährungspraktiken und -verhaltensweisen

12.4. Historische Grundlagen der Ernährung

- 12.4.1. Die wichtigsten Veränderungen in der menschlichen Ernährung in verschiedenen Phasen der Geschichte
- 12.4.2. Vorgeschichte
- 12.4.3. Das Altertum
- 12.4.4. Mittelalter
- 12.4.5. Auswirkungen der Entdeckung Amerikas auf die europäische Ernährung und die Neue Welt
- 12.4.6. Neuzeit

12.5. Wissenschaftliche Fortschritte und Lebensmittel

- 12.5.1. Die industrielle Revolution
- 12.5.2. Auswirkungen wissenschaftlicher Entdeckungen und technologischer Entwicklungen auf Lebensmittel

12.6. Zeitgenössische Ernährung I

- 12.6.1. Sozioökonomische und demografische Faktoren, die die heutige Ernährungsweise prägen
- 12.6.2. Ernährung und Einwanderung
- 12.6.3. Der Mensch und der Überfluss in der Welt, Mythen und Realitäten

12.7. Zeitgenössische Ernährung II

- 12.7.1. Neue Ernährungstrends
- 12.7.2. Das Aufkommen von Massenverpflegung und Fast Food
- 12.7.3. Interesse an Ernährung und Gesundheit

12.8. Akzeptanz von Lebensmitteln

- 12.8.1. Physiologische und psychologische Bedingungen
- 12.8.2. Konzept der Lebensmittelqualität
- 12.8.3. Bewertung der Akzeptanz von Lebensmitteln

12.9. Kommunikationstechniken

- 12.9.1. Lebensmittelmarketing
- 12.9.2. Elemente des Marketings
- 12.9.3. Ressourcen für die Lebensmittelwerbung
- 12.9.4. Einfluss der Werbung auf das Essverhalten

12.10. Soziokulturelle Faktoren der Ernährung

- 12.10.1. Soziale Beziehungen
- 12.10.2. Ausdruck von Gefühlen, Prestige und Macht
- 12.10.3. Neolithische und paläolithische soziale Gruppen

Modul 13. Lebensmittelindustrie
13.1. Getreide und daraus hergestellte Produkte I

- 13.1.1. Getreide: Erzeugung und Verbrauch
 - 13.1.1.1. Klassifizierung von Getreide
 - 13.1.1.2. Aktueller Stand der Forschung und industrielle Situation
- 13.1.2. Grundlagen des Getreides
 - 13.1.2.1. Methoden und Geräte zur Charakterisierung von Mehl und Brotteigen
 - 13.1.2.2. Rheologische Eigenschaften beim Kneten, Gären und Backen
- 13.1.3. Getreideerzeugnisse: Zutaten, Zusatzstoffe und Hilfsstoffe. Klassifizierung und Auswirkungen

13.2. Getreide und daraus hergestellte Produkte II

- 13.2.1. Backprozess: Phasen, Veränderungen und verwendete Geräte
- 13.2.2. Instrumentelle, sensorische und ernährungsphysiologische Charakterisierung von Getreideprodukten
- 13.2.3. Anwendung von Kälte in der Bäckerei. Tiefgekühltes, vorgekochtes Brot. Prozess- und Produktqualität
- 13.2.4. Glutenfreie Produkte, die aus Getreide gewonnen werden. Rezeptur, Verfahren und Qualitätsmerkmale
- 13.2.5. Lebensmittelpasten. Zutaten und Verfahren. Arten von Teigwaren
- 13.2.6. Innovation bei Bäckereiprodukten. Trends im Produktdesign

13.3. Milch und Milchprodukte. Molkereiprodukte und Eiprodukte I

- 13.3.1. Hygienisch-sanitäre Qualität der Milch
 - 13.3.1.1. Quelle und Ausmaß der Kontamination. Ursprüngliche und kontaminierende Mikrobiota
 - 13.3.1.2. Vorhandensein von chemischen Verunreinigungen: Rückstände und Schadstoffe
 - 13.3.1.3. Einfluss der Hygiene auf die Milcherzeugungs- und -vermarktungskette
- 13.3.2. Milchwirtschaftliche Produktion. Milchsynthese
 - 13.3.2.1. Faktoren, die die Zusammensetzung der Milch beeinflussen: extrinsische und intrinsische Faktoren
 - 13.3.2.2. Melken: gute Verfahrenspraktiken
- 13.3.3. Vorbehandlung der Milch im landwirtschaftlichen Betrieb: Filtration, Kühlung und alternative Konservierungsmethoden

- 13.3.4. Behandlungen in der Milchindustrie: Klärung und Bactofugation, Entrahmung, Standardisierung, Homogenisierung, Entlüftung, Pasteurisierung. Definition. Verfahren, Behandlungstemperaturen und limitierende Faktoren
 - 13.3.4.1. Arten von Pasteurisern. Abfüllung. Qualitätskontrolle. Sterilisation. Definition
 - 13.3.4.2. Methoden: konventionell, UHT, andere Systeme. Verpackung. Qualitätskontrolle. Herstellungsfehler
 - 13.3.4.3. Arten von pasteurisierter und sterilisierter Milch. Milchauswahl. Milchshakes und aromatisierte Milch. Mischvorgang. Angereicherte Milch. Anreicherungsprozess
 - 13.3.4.4. Eingedampfte Milch. Kondensmilch
- 13.3.5. Konservierungs- und Verpackungssysteme
- 13.3.6. Qualitätskontrolle von Milchpulver
- 13.3.7. Milchverpackungen und Qualitätskontrollsysteme

13.4. Milch und Milcherzeugnisse. Eier und Eiprodukte I

- 13.4.1. Molkereiprodukte. Cremes und Buttersorten
- 13.4.2. Produktionsprozess. Kontinuierliche Fertigungsmethoden. Verpackung und Konservierung. Herstellungsfehler und Änderungen
- 13.4.3. Fermentierte Milch: Joghurt. Vorbereitende Behandlungen der Milch. Fertigungsverfahren und -systeme
 - 13.4.3.1. Arten von Joghurt. Probleme bei der Verarbeitung. Qualitätskontrolle
 - 13.4.3.2. Bioprodukte und andere acidophile Milchprodukte
- 13.4.4. Käsetechnologie: Vorbereitende Milchverarbeitung
 - 13.4.4.1. Gewinnung des Käsebruchs: Synärese. Pressung. Salzen
 - 13.4.4.2. Wasseraktivität im Käse. Kontrolle und Konservierung von Salzlake

- 13.4.4.3. Die Käsureifung: Beteiligte Faktoren. Faktoren, die die Reifung bestimmen. Auswirkungen von kontaminierenden Biota
- 13.4.4.4. Toxikologische Probleme von Käse
- 13.4.5. Zusatzstoffe und antimykotische Behandlungen
- 13.4.6. Speiseeis. Merkmale. Arten von Speiseeis. Herstellungsverfahren
- 13.4.7. Eier und Eiprodukte
 - 13.4.7.1. Frischei: Verarbeitung von Frischei als Rohmaterial für die Herstellung von Eiderivaten
 - 13.4.7.2. Eiprodukte: flüssig, gefroren und dehydriert

13.5. Pflanzliche Erzeugnisse I

- 13.5.1. Physiologie und Nacherntverfahren. Einführung
- 13.5.2. Obst- und Gemüseproduktion, die Notwendigkeit der Konservierung nach der Ernte
- 13.5.3. Atmung: Atmungsstoffwechsel und sein Einfluss auf die Konservierung und den Verderb von Gemüse nach der Ernte
- 13.5.4. Ethylen: Synthese und Metabolismus. Beteiligung von Ethylen an der Regulierung der Fruchtreifung
- 13.5.5. Die Reifung von Obst: Der Reifungsprozess, allgemeine Aspekte und seine Kontrolle
 - 13.5.5.1. Klimakterische und nichtklimakterische Reifung
 - 13.5.5.2. Veränderungen in der Zusammensetzung: physiologische und biochemische Veränderungen während der Reifung und Lagerung von Obst und Gemüse

13.6. Pflanzliche Erzeugnisse II

- 13.6.1. Prinzip der Konservierung von Obst und Gemüse durch die Kontrolle der Umgebungsgase. Wirkungsweise und Anwendungen bei der Konservierung von Obst und Gemüse
- 13.6.2. Gekühlte Lagerung. Temperaturkontrolle bei der Konservierung von Obst und Gemüse
 - 13.6.2.1. Technologische Methoden und Anwendungen
 - 13.6.2.2. Kälteschäden und ihre Bekämpfung
- 13.6.3. Transpiration: Kontrolle des Wasserverlustes bei der Konservierung von Obst und Gemüse
 - 13.6.3.1. Physikalische Grundlagen Kontrollsystem
- 13.6.4. Pathologie nach der Ernte: Die wichtigsten Schädigungen und Fäulniserscheinungen bei der Konservierung von Obst und Gemüse. Kontrollsysteme und -methoden
- 13.6.5. Frisch geschnittene Produkte
 - 13.6.5.1. Physiologie pflanzlicher Produkte: Handhabung und Konservierungstechnologien

13.7. Pflanzliche Erzeugnisse III

- 13.7.1. Verarbeitung von Gemüsekonserven:
Allgemeine Beschreibung einer typischen Konservenlinie für Gemüse
 - 13.7.1.1. Beispiele für die wichtigsten Arten von Gemüse- und Hülsenfruchtconserven
 - 13.7.1.2. Neue Produkte pflanzlichen Ursprungs: kalte Suppen
 - 13.7.1.3. Allgemeine Beschreibung einer typischen Verpackungsline für Obst
- 13.7.2. Saft- und Nektarverarbeitung: Saftgewinnung und Saftverarbeitung
 - 13.7.2.1. Aseptische Verarbeitungs-, Lagerungs- und Verpackungssysteme

- 13.7.2.2. Beispiele für Produktionslinien für die wichtigsten Safttypen
- 13.7.2.3. Herstellung und Konservierung von Halbfertigerzeugnissen: Cremogenierte Produkte
- 13.7.3. Herstellung von Konfitüren, Gelees und Marmeladen: Produktions- und Verpackungsprozess
 - 13.7.3.1. Beispiele für Verarbeitungslinien. Merkmale
 - 13.7.3.2. Zusatzstoffe für die Herstellung von Konfitüren und Marmeladen

13.8. Alkoholische Getränke und Öle

- 13.8.1. Alkoholische Getränke: Wein.
Herstellungsverfahren
 - 13.8.1.1. Bier: Brauverfahren. Typen
 - 13.8.1.2. Spirituosen und Liköre: Herstellungsverfahren und -arten
- 13.8.2. Öle und Fette: Einführung
 - 13.8.2.1. Olivenöl: Extraktionssystem für Olivenöl
 - 13.8.2.2. Ölsaatenöle. Extraktion
- 13.8.3. Tierische Fette: Raffination von Fetten und Ölen

13.9. Fleisch und Fleischerzeugnisse

- 13.9.1. Fleischindustrie: Produktion und Verbrauch
- 13.9.2. Klassifizierung und funktionelle Eigenschaften von Muskelproteinen: Myofibrilläre, sarkoplasmatische und stromale Proteine
 - 13.9.2.1. Umwandlung von Muskeln in Fleisch: Stresssyndrom bei Schweinen
- 13.9.3. Reifung von Fleisch. Faktoren, die die Qualität von Fleisch für den direkten Verzehr und für die Industrialisierung beeinflussen
- 13.9.4. Härtungschemie: Inhaltsstoffe, Zusatzstoffe und Härtungshilfen
 - 13.9.4.1. Industrielle Härtungsprozesse: Trocken- und Nasshärtungsprozesse
 - 13.9.4.2. Alternativen zu Nitrit

- 13.9.5. Rohe und roh marinierte Fleischprodukte: Grundlagen und Probleme der Konservierung. Merkmale von Rohstoffen
 - 13.9.5.1. Arten von Produkten. Fertigungsverfahren
 - 13.9.5.2. Änderungen und Mängel
- 13.9.6. Wurstwaren und Kochschinken: Grundprinzipien der Zubereitung von Fleischemulsionen. Merkmale und Auswahl der Rohstoffe
 - 13.9.6.1. Technologische Fertigungsverfahren. Industrielle Systeme
 - 13.9.6.2. Änderungen und Mängel

13.10. Fisch und Meeresfrüchte

- 13.10.1. Fisch und Meeresfrüchte. Merkmale von technologischem Interesse
- 13.10.2. Wichtigste industrielle Fischerei- und Muschelfanggeräte
 - 13.10.2.1. Arbeitseinheiten in der Fischtechnologie
 - 13.10.2.2. Kaltkonservierung von Fisch
- 13.10.3. Salzen, Pökeln, Trocknen und Räuchern: technologische Aspekte der Herstellung
 - 13.10.3.1. Merkmale des Endprodukts. Leistung
- 13.10.4. Marketing

Modul 14. Lebensmittelhygiene und -sicherheit
14.1. Einführung in die Lebensmittelsicherheit

- 14.1.1. Konzept der Lebensmittelhygiene und Lebensmittelsicherheit
 - 14.1.1.1. Historische Entwicklungen. Aktuelle Bedeutung
 - 14.1.1.2. Globale Ziele und Strategien der Ernährungssicherheit
- 14.1.2. Spezifische Programme zur Qualitätssicherung von Lebensmitteln
- 14.1.3. Lebensmittelsicherheit auf Verbraucherebene
- 14.1.4. Rückverfolgbarkeit. Konzept und Anwendung in der Lebensmittelindustrie

14.2. Selbstkontrollsysteme im Lebensmittelsektor

- 14.2.1. Allgemeine Hygienepläne (GHP)
 - 14.2.1.1. Zielsetzung und aktuelle Bedeutung
 - 14.2.1.2. Grundlegende Prinzipien und die Basis für ihre Umsetzung in Lebensmittelunternehmen
- 14.2.2. Umgang mit Lebensmitteln
- 14.2.3. Vorbeugende Maßnahmen und Prozesshygiene in der Lebensmittelindustrie und im Gaststättengewerbe

14.3. System der Gefahrenanalyse und der kritischen Kontrollpunkte (HACCP)

- 14.3.1. Allgemeine Grundsätze des HACCP-Systems
- 14.3.2. Entwurf und Überprüfung von Flussdiagrammen
- 14.3.3. Risikobewertungs- und Gefahrenbewertungssysteme
- 14.3.4. Einführung von Kontrollsystemen, kritischen Grenzwerten, Abhilfemaßnahmen und Überprüfungssystemen
- 14.3.5. Entwicklung eines Managementdiagramms und seine Anwendung in der Lebensmittelindustrie

14.4. Spezifische Pläne in der Lebensmittelindustrie

- 14.4.1. Ausbildungsplan für Lebensmittelhandwerker
 - 14.4.1.1. Umsetzung des Ausbildungsplans. Arten von Ausbildungsaktivitäten
 - 14.4.1.2. Methodik der Ausbildung
 - 14.4.1.3. Kontrolle, Überwachung und Abhilfemaßnahmen
 - 14.4.1.4. Überprüfung des Plans
- 14.4.2. Genehmigungsplan für Lieferanten
 - 14.4.2.1. Kontrollverfahren, Überprüfungsverfahren und Abhilfemaßnahmen eines Genehmigungsprogramms
 - 14.4.2.2. Hygiene im Güterverkehr

14.4.2.3. Hygienestandards für die Annahme von frischen, verarbeiteten, nicht verderblichen, verpackten und anderen Lebensmitteln

- 14.4.3. Reinigungs- und Desinfektionsplan (R+D)
 - 14.4.3.1. Biofilme und ihre Auswirkungen auf die Lebensmittelsicherheit
 - 14.4.3.2. Reinigungs- und Desinfektionsmethoden
 - 14.4.3.3. Arten von Reinigungsmitteln und Desinfektion
 - 14.4.3.4. Systeme zur Kontrolle und Überprüfung von Reinigungs- und Desinfektionsplänen

14.5. Rückverfolgbarkeit in der Lebensmittelindustrie

- 14.5.1. Einführung in die Rückverfolgbarkeit
 - 14.5.1.1. Hintergrund des Rückverfolgbarkeitssystems
 - 14.5.1.2. Konzept der Rückverfolgbarkeit
 - 14.5.1.3. Arten der Rückverfolgbarkeit
 - 14.5.1.4. Vorteile der Rückverfolgbarkeit
- 14.5.2. Umsetzung des Rückverfolgbarkeitsplans
 - 14.5.2.1. Einführung
 - 14.5.2.2. Vorbereitende Schritte
 - 14.5.2.3. Plan zur Rückverfolgbarkeit
 - 14.5.2.4. System zur Produktidentifizierung

14.5.2.5. Methoden zur Kontrolle des Systems

- 14.5.3. Werkzeuge zur Produktidentifizierung
 - 14.5.3.1. Manuelle Werkzeuge
 - 14.5.3.2. Automatisierte Werkzeuge
 - 14.5.3.2.1. EAN-Strichcode
 - 14.5.3.2.2. RFID/// EPC
- 14.5.4. Register
 - 14.5.4.1. Aufzeichnung der Identifizierung von Rohstoffen und anderen Materialien
- 14.5.4.2. Register für die Lebensmittelverarbeitung
 - 14.5.4.3. Datensatz zur Identifizierung des Endprodukts
 - 14.5.4.4. Aufzeichnung der Ergebnisse der durchgeführten Kontrollen

14.5.4.5. Aufbewahrungsfrist

14.5.5. Störungsmanagement, Produktrückruf, Produktrücknahme und -rückgewinnung sowie Kundenbeschwerden

14.6. Lagerung von Waren und Kontrolle von verpackten Produkten

- 14.6.1. Hygienestandards für die trockene Lagerung von Produkten
- 14.6.2. Warmhalten: Maßnahmen zum Kochen und Wiederaufwärmen und Hygienestandards
- 14.6.3. Aufzeichnungen über die Validierung von Systemen zur Lagerung und Kalibrierung von Thermometern
- 14.6.4. Lebensmittelverpackung und ihre Anwendung in der Lebensmittelsicherheit
 - 14.6.4.1. Hygienische Garantien und Haltbarkeit von Lebensmitteln unter optimalen Bedingungen je nach Verpackungstechnologie
 - 14.6.4.2. Lebensmittelverpackungen und Umweltverschmutzung

14.7. Analytische und instrumentelle Techniken in der Prozess- und Produktqualitätskontrolle

- 14.7.1. Lebensmittellabor
- 14.7.2. Amtliche Kontrolle der Lebensmittelkette
 - 14.7.2.1. NCAPs der Agrar- und Lebensmittelkette
 - 14.7.2.2. Zuständige Behörden
- 14.7.3. Methoden der Lebensmittelanalyse
 - 14.7.3.1. Analysemethoden für Getreide
 - 14.7.3.2. Methoden zur Analyse von Düngemitteln, Rückständen von Pflanzenschutzmitteln und Tierarzneimitteln
 - 14.7.3.3. Methoden zur Analyse von Lebensmitteln

- 14.7.3.4. Methoden zur Analyse von Fleischerzeugnissen
- 14.7.3.5. Methoden zur Analyse von Fetten und Ölen
- 14.7.3.6. Methoden zur Analyse von Milcherzeugnissen
- 14.7.3.7. Methoden der Analyse von Weinen, Säften und Mosten
- 14.7.3.8. Methoden zur Analyse von Fischereierzeugnissen
- 14.7.4. Techniken der Nährwertanalyse
 - 14.7.4.1. Bestimmung der Proteine
 - 14.7.4.2. Bestimmung der Kohlenhydrate
 - 14.7.4.3. Bestimmung von Fetten
 - 14.7.4.4. Bestimmung der Asche

14.8. Management der Lebensmittelsicherheit

- 14.8.1. Grundsätze der Lebensmittelsicherheit und Management
 - 14.8.1.1. Das Gefahrenkonzept
 - 14.8.1.2. Der Begriff des Risikos
 - 14.8.1.3. Risikobewertung
- 14.8.2. Physikalische Gefahren
 - 14.8.2.1. Konzepte und Überlegungen zu physikalischen Gefahren in Lebensmitteln
 - 14.8.2.2. Methoden zur Beherrschung der physikalischen Gefahren
- 14.8.3. Chemische Gefahren
 - 14.8.3.1. Konzepte und Überlegungen zu chemischen Gefahren in Lebensmitteln
 - 14.8.3.2. Chemische Gefahren, die natürlich in Lebensmitteln vorkommen

- 14.8.3.3. Gefahren im Zusammenhang mit Chemikalien, die Lebensmitteln absichtlich zugesetzt werden
- 14.8.3.4. Versehentlich oder unbeabsichtigt hinzugefügte chemische Gefahren
- 14.8.3.5. Methoden zur Kontrolle chemischer Gefahren
- 14.8.3.6. Allergene in Lebensmitteln
- 14.8.4. Konzepte und Überlegungen zu biologischen Gefahren in Lebensmitteln
 - 14.8.4.1. Gefährdungen mikrobiellen Ursprungs
 - 14.8.4.2. Nichtmikrobielle biologische Gefahren
 - 14.8.4.3. Methoden zur Bekämpfung biologischer Gefahren
- 14.8.5. Gute Herstellungspraktiken (GMP)
 - 14.8.5.1. Hintergrund
 - 14.8.5.2. Reichweite
 - 14.8.5.3. GMPs in einem Sicherheitsmanagementsystem

14.9. Validierung von neuen Methoden und Technologien

- 14.9.1. Validierung von Verfahren und Methoden
 - 14.9.1.1. Dokumentarische Unterstützung
 - 14.9.1.2. Validierung von Analysetechniken
 - 14.9.1.3. Probenahmeplan für die Validierung
 - 14.9.1.4. Methodenverzerrung und Präzision
 - 14.9.1.5. Bestimmung der Unsicherheit
- 14.9.2. Validierungsmethoden
 - 14.9.2.1. Schritte zur Methodvalidierung
 - 14.9.2.2. Arten von Validierungsverfahren, Ansätze
 - 14.9.2.3. Validierungsberichte, Zusammenfassung der gewonnenen Daten
- 14.9.3. Analyse der Ursachen
 - 14.9.3.1. Qualitative Methoden: Ursache-Wirkung und Ursachenbäume
 - 14.9.3.2. Quantitative Methoden: Pareto-Diagramm und Streudiagramme
- 14.9.4. Interne Audits des Eigenkontrollsystems
 - 14.9.4.1. Kompetente Prüfer
 - 14.9.4.2. Prüfungsprogramm und -plan
 - 14.9.4.3. Umfang der Prüfung
 - 14.9.4.4. Referenzdokumente

14.10. Aufrechterhaltung der Kühlkette

- 14.10.1. Das *Cook and Chill* und seine Auswirkungen auf die Ernährungssicherheit
- 14.10.2. Richtlinien in einem Verpflegungsdienst für den Entwurf, die Implementierung und die Wartung eines HACCP-Systems im gesamten *Cook and Chill*
- 14.10.3. Identifizierung von Gefahren im Zusammenhang mit *Cook and Chill*

Modul 15. Lebensmittelmanagement und -qualität

15.1. Lebensmittelsicherheit und Verbraucherschutz

- 15.1.1. Definition und grundlegende Konzepte
- 15.1.2. Entwicklungen in der Lebensmittelqualität und -sicherheit
- 15.1.3. Situation in Entwicklungs- und Industrieländern
- 15.1.4. Wichtige Organisationen und Behörden für Lebensmittelsicherheit: Strukturen und Funktionen
- 15.1.5. Lebensmittelbetrug und Lebensmittelfälschungen - die Rolle der Medien

15.2. Einrichtungen, Räumlichkeiten und Ausrüstung

- 15.2.1. Auswahl des Standorts: Design, Konstruktion und Materialien
- 15.2.2. Wartungsplan für Räumlichkeiten, Einrichtungen und Ausrüstung
- 15.2.3. Geltende Vorschriften

15.3. Reinigungs- und Desinfektionsplan (R+D)

- 15.3.1. Schmutzkomponenten
- 15.3.2. Reinigungs- und Desinfektionsmittel: Zusammensetzung und Funktionen
- 15.3.3. Etappen der Reinigung und Desinfektion
- 15.3.4. Reinigungs- und Desinfektionsprogramm
- 15.3.5. Geltende Vorschriften

15.4. Schädlingsbekämpfung

- 15.4.1. Rattenbekämpfung und Desinsektion
- 15.4.2. Schädlinge in der Nahrungskette
- 15.4.3. Vorbeugende Maßnahmen zur Schädlingsbekämpfung
 - 15.4.3.1. Fallen und Schlingen für Säugetiere und Bodeninsekten
 - 15.4.3.2. Fallen und Schlingen für Fluginsekten

15.5. Rückverfolgbarkeit und Plan für gute Handhabungspraktiken (GMP)

- 15.5.1. Aufbau eines Rückverfolgbarkeitsplans
- 15.5.2. Aktuelle Vorschriften im Zusammenhang mit der Rückverfolgbarkeit
- 15.5.3. GMP bei der Lebensmittelverarbeitung
 - 15.5.3.1. Lebensmittelhandwerker
 - 15.5.3.2. Zu erfüllende Anforderungen
 - 15.5.3.3. Hygiene-Schulungspläne

15.6. Elemente des Managements der Lebensmittelsicherheit

- 15.6.1. Wasser als wesentliches Element der Nahrungskette
- 15.6.2. Wasserassoziierte biologische und chemische Stoffe
- 15.6.3. Messbare Elemente der Wasserqualität, Wassersicherheit und Wassernutzung

- 15.6.4. Zulassung von Lieferanten
 - 15.6.4.1. Kontrollplan für Lieferanten
 - 15.6.4.2. Geltende einschlägige Rechtsvorschriften
- 15.6.5. Lebensmittelkennzeichnung
 - 15.6.5.1. Verbraucherinformation und Allergenkennzeichnung
 - 15.6.5.2. Kennzeichnung von gentechnisch veränderten Organismen

15.7. Nahrungsmittelkrisen und damit verbundene Maßnahmen

- 15.7.1. Auslöser einer Nahrungsmittelkrise
- 15.7.2. Umfang, Management und Reaktion auf die Krise der Ernährungssicherheit
- 15.7.3. Alarmierungs- und Kommunikationssysteme
- 15.7.4. Maßnahmen und Strategien zur Verbesserung der Lebensmittelqualität und -sicherheit

15.8. Design des HACCP-Plans

- 15.8.1. Allgemeine Richtlinien, die bei der Umsetzung zu beachten sind: Grundsätze, auf denen es beruht, und Vorläuferprogramm
- 15.8.2. Verpflichtung des Managements
- 15.8.3. Konfiguration der HACCP-Ausrüstung
- 15.8.4. Beschreibung des Produkts und Angabe des Verwendungszwecks
- 15.8.5. Flussdiagramme

15.9. Entwicklung des HACCP-Plans

- 15.9.1. Charakterisierung der kritischen Kontrollpunkte (CCP)
- 15.9.2. Die sieben Grundprinzipien des HACCP-Plans
 - 15.9.2.1. Identifizierung und Analyse von Gefahren
 - 15.9.2.2. Festlegung von Kontrollmaßnahmen gegen ermittelte Gefahren

- 15.9.2.3. Bestimmung der kritischen Kontrollpunkte (CCP)
- 15.9.2.4. Charakterisierung der kritischen Kontrollpunkte
- 15.9.2.5. Festlegung von kritischen Grenzwerten
- 15.9.2.6. Festlegung von Abhilfemaßnahmen
- 15.9.2.7. Überprüfung des HACCP-Systems

15.10. ISO 22000

- 15.10.1. Grundsätze der ISO 22000
- 15.10.2. Zweck und Umfang
- 15.10.3. Marktsituation und Position im Vergleich zu anderen Standards in der Lebensmittelkette
- 15.10.4. Anforderungen für seine Anwendung
- 15.10.5. Management der Lebensmittelsicherheit

Modul 16. Bewertung der Ernährungssicherheit

16.1. Bewertung der Ernährungssicherheit

- 16.1.1. Definition der Begriffe. Wichtigste verwandte Konzepte
- 16.1.2. Historischer Hintergrund der Ernährungssicherheit
- 16.1.3. Mit dem Management der Lebensmittelsicherheit beauftragte Stellen

16.2. HACCP-Plan

- 16.2.1. Voraussetzungen für die Umsetzung
- 16.2.2. Bestandteile des HACCP-Systems
 - 16.2.2.1. Gefahrenanalyse
 - 16.2.2.2. Identifizierung der kritischen Punkte
 - 16.2.2.3. Spezifizierung der Kontrollkriterien. Überwachung
 - 16.2.2.4. Korrekturmaßnahmen
 - 16.2.2.5. Überprüfung des Plans
 - 16.2.2.6. Registrierung der Daten

16.3. Hygiene bei Fleisch und Fleischerzeugnissen

- 16.3.1. Frische Fleischerzeugnisse
- 16.3.2. Rohe gepökelte Fleischerzeugnisse
- 16.3.3. Wärmebehandelte Fleischerzeugnisse
- 16.3.4. Einführung von HACCP-Systemen

16.4. Hygiene von Fisch und Fischerzeugnissen

- 16.4.1. Fische, Mollusken und Krebstiere
- 16.4.2. Verarbeitete Fischereierzeugnisse
- 16.4.3. Einführung von HACCP-Systemen

16.5. Hygienische Eigenschaften von Milch und Erzeugnissen auf Milchbasis

- 16.5.1. Hygienische Eigenschaften von Rohmilch und wärmebehandelter Milch
- 16.5.2. Hygienische Eigenschaften von konzentrierter und dehydrierter Milch
- 16.5.3. Hygienische Eigenschaften von Milcherzeugnissen
- 16.5.4. Einführung von HACCP-Systemen

16.6. Hygienemerkmale anderer Erzeugnisse tierischen Ursprungs

- 16.6.1. Eier und Eiprodukte
- 16.6.2. Honig
- 16.6.3. Fette und Öle
- 16.6.4. Einführung des HACCP-Systems

16.7. Hygienische Eigenschaften von Obst und Gemüse

- 16.7.1. Frisches Obst und Gemüse, Obst- und Gemüsederivate
- 16.7.2. Trockenfrüchte
- 16.7.3. Pflanzliche Öle
- 16.7.4. Einführung von HACCP-Systemen

16.8. Hygienische Eigenschaften von Hülsenfrüchten und Getreide

- 16.8.1. Hülsenfrüchte und Getreide
- 16.8.2. Erzeugnisse aus Hülsenfrüchten: Mehl, Brot und Teigwaren
- 16.8.3. Einführung von HACCP-Systemen

16.9. Hygienische Eigenschaften von Wasser und Getränken

- 16.9.1. Trinkwasser und Erfrischungsgetränke
- 16.9.2. Stimulierende Getränke
- 16.9.3. Alkoholische Getränke
- 16.9.4. Einführung von HACCP-Systemen

16.10. Hygienische Eigenschaften von anderen Lebensmitteln

- 16.10.1. Nougat
- 16.10.2. Fertiggerichte
- 16.10.3. Lebensmittel für Kinder
- 16.10.4. Einführung von HACCP-Systemen

07

Methodik

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

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





“

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



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

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

“

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



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



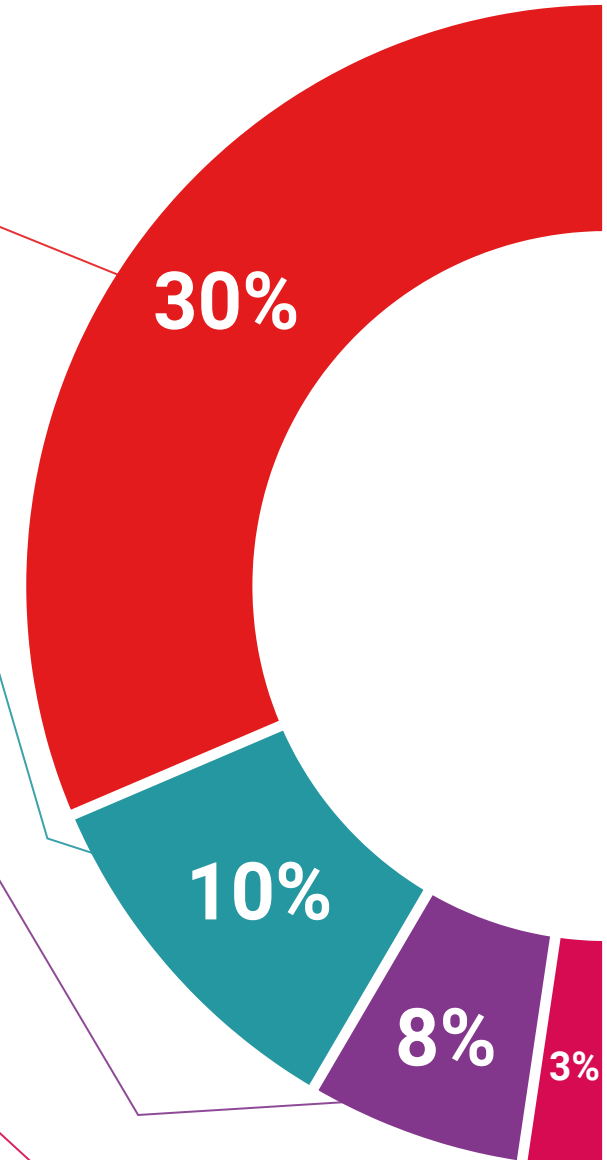
Übungen zu Managementfähigkeiten

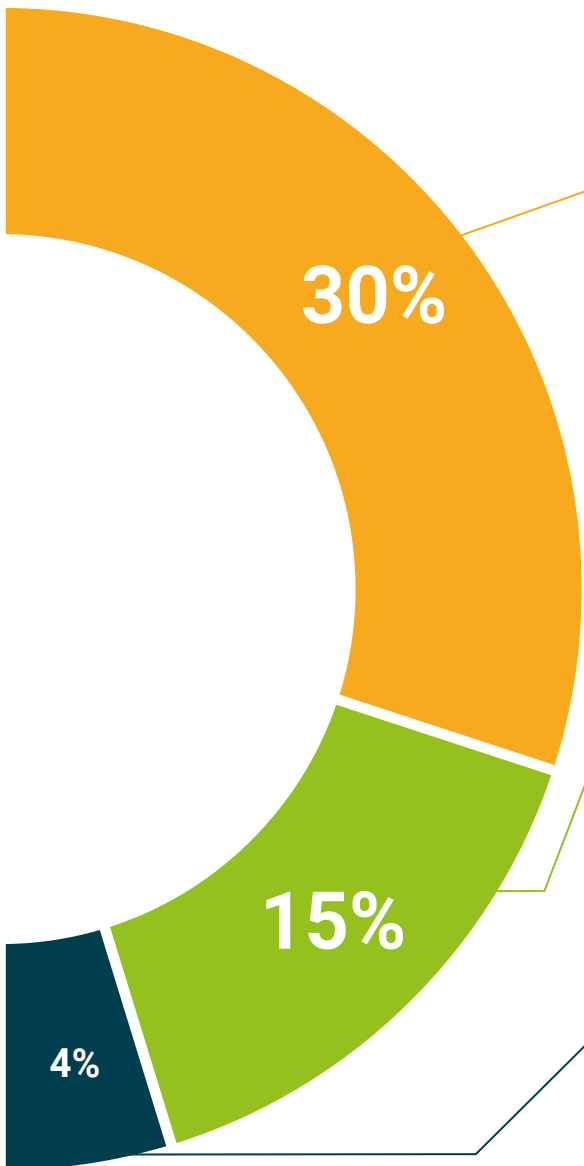
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Case Studies

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Testing & Retesting

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



08

Profil unserer Studenten

Dieser weiterbildende Masterstudiengang führt die Fachkraft zu einer Vertiefung in die Lebensmittelbranche und ermöglicht es ihr, Kompetenzen und Fähigkeiten zu erwerben, die für die Leitung und Verwaltung von Unternehmen in diesem Bereich unerlässlich sind. Auf diese Weise kann sie ihr berufliches Niveau erhöhen und sowohl ihren Arbeitsplatz als auch ihr Gehalt verbessern. So bietet ihr dieser Hochschulabschluss alles, was sie braucht, um sich in einer stark wettbewerbsorientierten Branche zu verbessern.





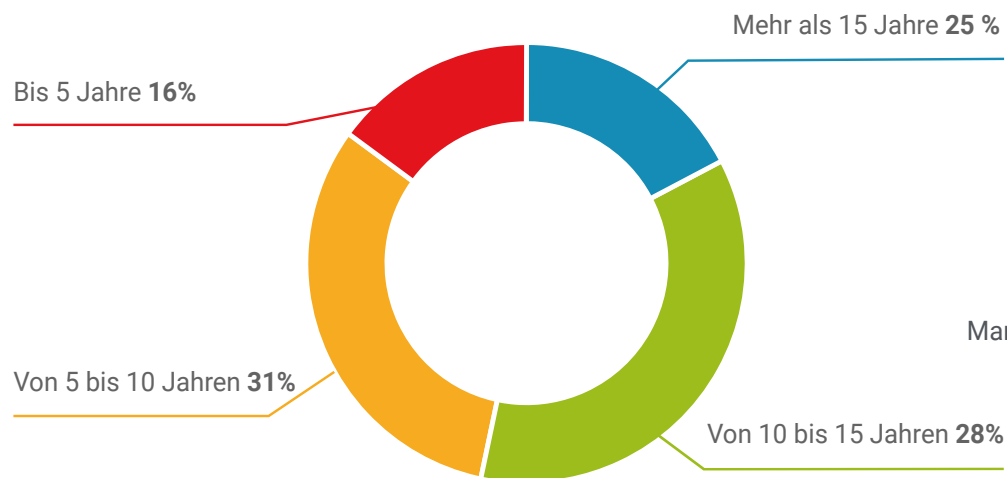
“

Dieser Studiengang bietet Ihnen einen hochprofessionellen Ansatz und wird es Ihnen ermöglichen, im Lebensmittelsektor zu wachsen"

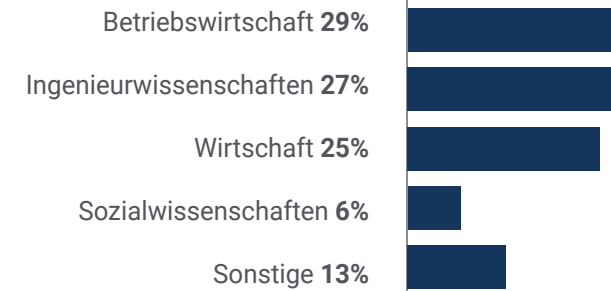
Durchschnittliches Alter

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

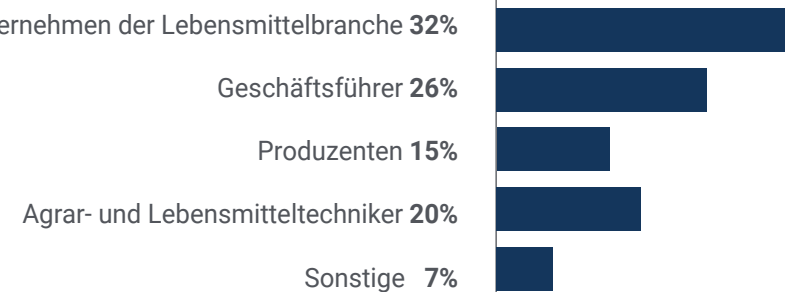
Jahre der Erfahrung



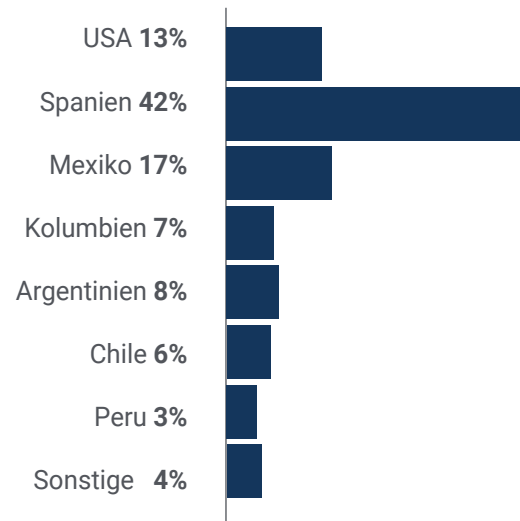
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Carlos Jiménez Ruiz

Geschäftsführer eines Lebensmittelunternehmens

"Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche hat meine Erwartungen übertroffen. Vor allem die Flexibilität hat es mir leicht gemacht, und der Inhalt deckte alle Bereiche ab, die für effektives Management und Führung in dieser Branche notwendig sind"

09

Kursleitung

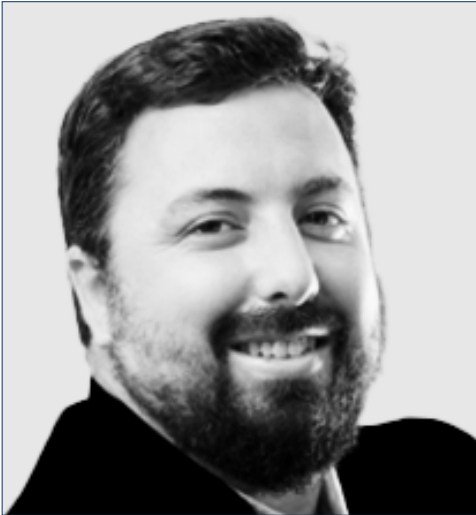
Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche der TECH Technologischen Universität wurde von einem erstklassigen Lehrkörper entwickelt, der sich aus aktiven Fachleuten zusammensetzt, die über ein breites Spektrum an Führungs- und Managementfähigkeiten in verschiedenen Sektoren verfügen. Darüber hinaus können die Teilnehmer dank ihrer fundierten Kenntnisse der Lebensmittelindustrie die umfassendsten und detailliertesten Informationen über diesen Sektor erhalten und sich in nur 24 Monaten beruflich weiterentwickeln.



“

Ein exzellentes Team von Spitzenfachleuten aus der Betriebswirtschaft und der Lebensmittelbranche wird Sie dabei unterstützen, Ihre Ziele zu erreichen"

Leitung



Dr. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ Experte für internationale Geschäfte und Rechtsberatung für Unternehmen
- ♦ Leiter des Bereichs International bei Transporte Interurbanos de Tenerife S.A.
- ♦ Rechtsberater bei Transportes Interurbanos de Tenerife S.A.
- ♦ Legal Manager bei Avalon Biz Consulting
- ♦ Ausbilder in Kursen zum Thema Datenschutz
- ♦ Promotion in Regionalentwicklung an der Universität von La Laguna
- ♦ Hochschulabschluss in Jura an der Universität von La Laguna
- ♦ Universitätskurs in Project Management an der Universität Rey Juan Carlos
- ♦ MBA in Betriebswirtschaftslehre an der Europäischen Universität der Kanarischen Inseln



Professor

Hr. González Peña, Alexis José

- ◆ Experte für Finanzen und Audit
- ◆ Direktor des Finanzbereichs bei CajaSiete Caja Rural
- ◆ Leitender interner Prüfer bei Bankia
- ◆ Leitender interner Prüfer bei Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Erfahrung als leitender Prüfer bei Deloitte
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Masterstudiengang in Steuern und Steuerberatung am Zentrum für Finanzstudien
- ◆ Executive Master in Finanzmanagement und Fortgeschrittenen Finanzen am Höheren Institut für Banktechniken und -praktiken
- ◆ Experte in Finanzplanung und Managementkontrolle im Bankwesen von AFI (Internationale Finanzanalysten)
- ◆ Experte in Entwicklung von Führungskräften im Portfoliomanagement von AFI (Internationale Finanzanalysten)

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Durch den Abschluss dieses hochrangigen Programms erhalten die Studenten fortgeschrittene Kenntnisse über die genauesten Methoden und Verfahren zur Verbesserung der Leistung und Produktion eines Unternehmens im Lebensmittelsektor. Auf diese Weise können sie ihre Handlungsfähigkeit bei der Suche nach Projektfinanzierungen, der Umgestaltung von Produktionsprozessen oder der Entwicklung guter Hygienepraktiken steigern. Ein Kompendium von Maßnahmen, die es Ihnen ermöglichen, in einem sehr anspruchsvollen Sektor beruflich zu wachsen.





“

Dank dieses Programms werden Sie Ihre Fähigkeit zur Führung und zum Management von Unternehmen im Lebensmittelsektor verbessern"

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

Der Weiterbildende Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten 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. Ihnen zum Erfolg zu verhelfen.

Wer sich also verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten möchte, wird bei TECH seinen Platz finden.

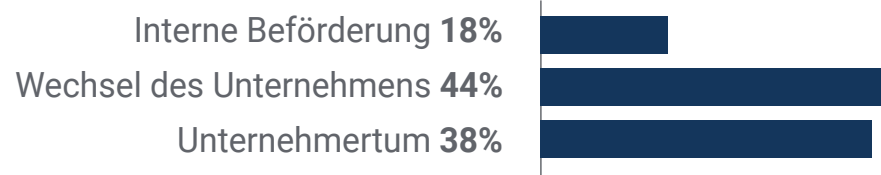
Erzielen Sie maximale Erfolgsquoten im Lebensmittelsektor dank TECH.

Passen Sie die Strategie Ihres Lebensmittelunternehmens an die Bedürfnisse der Verbraucher an und erzielen Sie Erfolg.

Zeitpunkt des Wandels

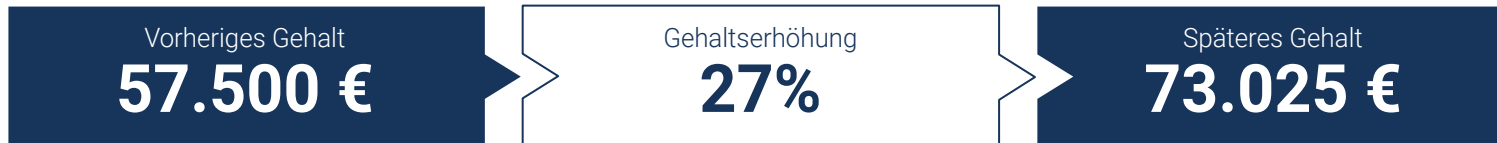


Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **27%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Dieses Programm wurde mit dem Hauptziel konzipiert, sowohl die Studenten als auch die Unternehmen, denen sie angehören, wachsen zu lassen. Auf diese Weise werden die Unternehmen von spezialisierten Fachleuten profitieren, die über ein umfassendes Wissen über die geeigneten Strategien zur Leitung nationaler und internationaler Projekte verfügen und die wirksamsten Methoden zur Verbesserung der Qualität von Lebensmitteln anwenden.





“

Bieten Sie Unternehmen die am besten geeigneten Strategien zur Optimierung der Produktherstellungsprozesse in der Lebensmittelindustrie"

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

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

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

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

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

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



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

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

12

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche** 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 Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche**

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 Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche

- » Modalität: online
- » Dauer: 24 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Weiterbildender Masterstudiengang Senior Management von Unternehmen der Lebensmittelbranche

