

Weiterbildungsangebot von tts und der Mannheim Business School

Management Analytics für Führungskräfte

Big Data richtig auswerten und für strategische Entscheidungen nutzen

Fast alle größeren Unternehmen in Deutschland verfügen heute über riesige Mengen an wertvollen Kunden- und Marktdaten. Trotz enormer Investitionen in Analysetools und Data Manager sind jedoch nur die wenigsten in der Lage, diesen Datenschatz zu kapitalisieren und wertschöpfend einzusetzen. Der Grund: Es fehlt am nötigen Know-how für eine evidenzbasierte Big-Data-Analyse und damit an der zentralen Voraussetzung, aus Daten Informationen zu gewinnen, die den Umsatz und den Erfolg des Unternehmens steigern.

Management Analytics schließt diese Lücke. In diesem gemeinsam von tts und der Mannheim Business School (MBS) durchgeführten Blended-Learning-Kurs erhalten Sie einen Einstieg in die Big-Data-Auswertung und erfahren, wie Sie Managemententscheidungen analytisch und evidenzbasiert auf Grundlage von aufbereiteten Daten treffen. So können Sie Geschäftsprozesse kontinuierlich optimieren und schaffen strategischen Mehrwert für Ihr Unternehmen.

Das lernen Sie

Kunden- und Marktdaten lassen sich auf die unterschiedlichsten Weisen auswerten und interpretieren. Für Sie als Führungskraft ist es deshalb von entscheidender Bedeutung, Fragestellungen so zu formu-

lieren, dass sie durch Datenanalysen beantwortet werden. Denn nur so erhalten Sie die notwendigen Informationen für evidenzbasierte Managemententscheidungen.

Der Kurs Management Analytics vermittelt Ihnen:

- ein übergreifendes Verständnis für datenbezogene Business-Analytics-Prozesse zur Entscheidungsfindung auf Managementebene
- relevante Fachbegriffe, Konzepte und Methoden sowie deren Bewertung und Verwendung in der Kommunikation mit Fachleuten und Data Scientists
- die richtige Vorgehensweise bei der angewandten Datenanalyse (Datenquellen und entscheidende Variablen identifizieren und auswählen, Analyse der Daten, Interpretation und Kommunikation der aus den Daten gewonnenen Ergebnisse)
- wie Sie ergebnisorientierte Business-Experimente designen und durchführen
- wie Sie die richtigen Verfahren und Modelle auswählen zur Vorhersage und Evaluierung von Ereignissen und erwartbaren Ergebnissen
- wie Sie Daten kompetent analysieren und die daraus gewonnenen Ergebnisse richtig interpretieren

An wen richtet sich der Kurs?

Das Weiterbildungsangebot richtet sich branchenübergreifend an Entscheidungsträger, Manager, Unternehmensentwickler, Projekt- und Datenmanager sowie an Mitarbeiter mit Teamverantwortung außerhalb der IT in großen und mittelständischen Unternehmen.

Weiterbildung auf Topniveau

Der Kurs Management Analytics wird von tts in Kooperation mit der Mannheim Business School (MBS) durchgeführt. Die MBS ist Deutschlands Topadresse für die Aus- und Weiterbildung von Fach- und Führungskräften. 2005 gegründet, wurde die MBS als erste Institution in Deutschland von den drei weltweit führenden Organisationen AACSB, AMBA und EQUIS akkreditiert und belegt regelmäßig vordere Plätze in den wichtigsten internationalen Rankings.

tts zählt zu den führenden Anbietern von ganzheitlichen Lösungen für die Mitarbeiterentwicklung. Das Unternehmen unterstützt weltweit über fünf Millionen „Corporate Learner“ mit erstklassigen digitalen Lernmedien sowie Präsenztrainings und der tt performance suite, einem Performance-Support-System, das Mitarbeitende im Arbeitsprozess unternehmensweit und ganzheitlich durch kontextsensitives Lernen unterstützt – bei On-Premise-, Cloud-IT- und Non-IT-Anwendungen.

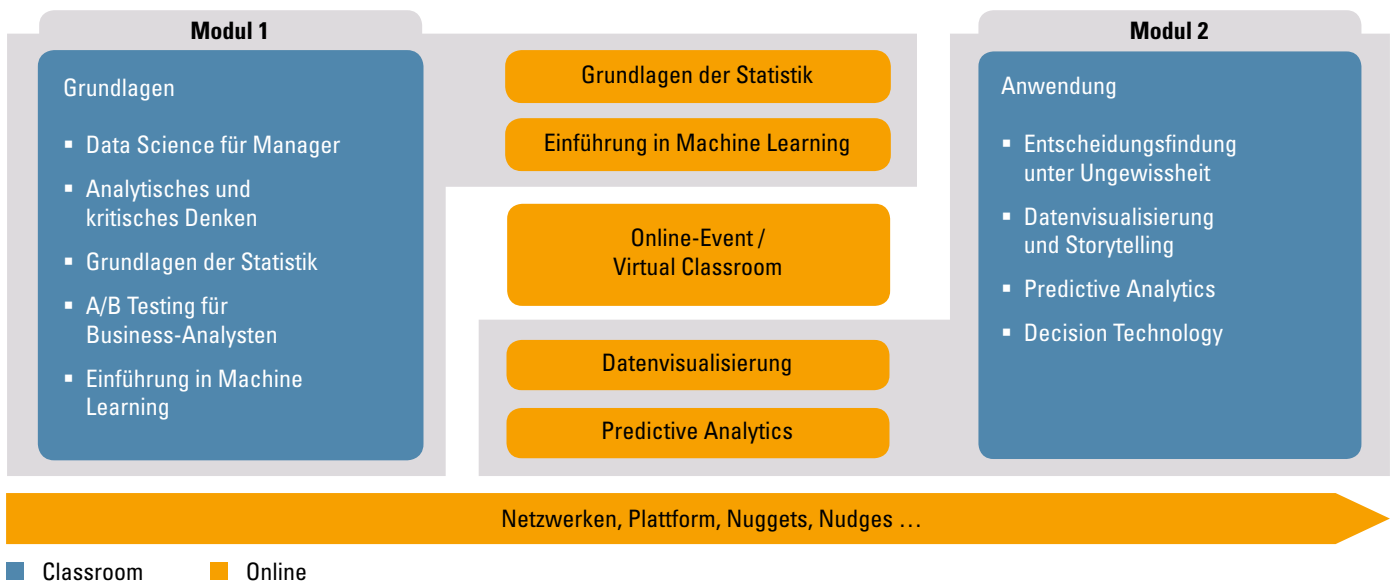


Kursleiter:
Prof. Dr. Florian Stahl, Universität Mannheim

Professor Dr. Florian Stahl ist Inhaber des Lehrstuhls für Quantitatives Marketing und Konsumentenverhalten an der Universität Mannheim. Florian Stahl ist Experte in den Bereichen empirisch-quantitatives Marketing und Informationssystemforschung. Zu seinen Forschungsgebieten gehören die betriebswirtschaftlichen Aspekte der digitalen Ökonomie, Online Social Networks und Social Media. Vor seinem Wechsel an die Universität Mannheim forschte und lehrte er an der Universität Zürich, der Universität St. Gallen und an der Columbia Business School in New York.

Kursaufbau

Management Analytics ist ein modularer Blended-Learning-Kurs, der sich aus Web-based Trainings und Präsenzveranstaltungen an zwei Tagen zusammensetzt. Die Kombination von multimedialen und interaktiven Elementen gewährleistet einen schnellen und abwechslungsreichen Wissenstransfer. Zugleich bietet Ihnen das Kursdesign maximale Flexibilität beim Lernen, denn Ort, Zeit und Tempo bestimmen Sie beim web-basierten Lernen selbst.



Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.mannheim-business-school.com/analytics