

Büroleitung und Customer Relationship Management

Office-Management · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	6 Monate in Vollzeit oder 12 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufскоaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: <https://www.iu-akademie.de>



Kurs online ansehen

01

Kursbeschreibung

Investiere in Deine Zukunft im Büroumfeld. Mit Deiner Weiterbildung Büroleitung und Customer Relationship Management wirst Du zum Profi für Kundenbeziehungen, Personalwesen und Büromanagement.

Du wirst in die Grundlagen und Vertiefungen des Büromanagements eingeführt, um Deine organisatorischen Fähigkeiten zu verbessern. Dabei lernst Du mehr über Bereiche wie digitale Bürokommunikation, Veranstaltungs- und Zeitmanagement. Darüber hinaus erhältst Du eine Spezialisierung im Personalwesen, die Dir hilft, die besten Talente zu rekrutieren und zu halten. Dazu erfährst Du, wie Du effektiv mit Kunden interagieren und Beziehungen aufbauen kannst, um das Geschäftswachstum zu fördern. Du wirst auch die Kunst des kollaborativen Arbeitens erlernen, um ein harmonisches Arbeitsumfeld zu schaffen. Mit Deiner Online-Weiterbildung Büroleitung und Customer Relationship Management machst Du den nächsten Karriereschritt.

02

Lehrplan & Module

1. Büromanagement: Einführung

Office Manager spielen eine wichtige Rolle in der strukturierten und effizienten Organisation von Unternehmen, Organisationen und Behörden. Sie sorgen nicht nur dafür, dass Büroprozesse nahtlos ineinandergreifen, sondern tragen auch maßgeblich zu einem positiven Arbeitsklima bei. Die Teilnehmenden erlangen eine umfassende Kompetenz in Bezug auf Büroverwaltung und Teamorganisation. Das Fundament für ein erfolgreiches Office Management wird gelegt, indem sowohl die Grundlagen der Büroorganisation und -assistenz als auch betriebswirtschaftliche Grundkonzepte behandelt werden. Die Teilnehmenden werden in die Rolle und Aufgabenbereiche des Office Managements eingeführt und erhalten einen Überblick über relevante betriebswirtschaftliche Fakten und Abläufe.

Kursinhalte

Strukturelle und organisatorische Rahmenbedingungen Unternehmensformen und -Ziele

Agile Leadership: Führungsstile und -techniken

Grundlagen des modernen Büromanagements Rollen, Verantwortlichkeiten und Prozesse

Team-Management: Kompetenzen und Kommunikation

Organisatorische und rechtliche Rahmenbedingungen Grundlagen Personal- und Rechnungswesen

Grundlagen Zivil- und Arbeitsrecht

Betriebswirtschaftliche Prozesse im Kontext des Büromanagements Planung, Organisation und Controlling

Angebots- und Auftragsmanagement

Customer Relations Management Instrumente der Kundenakquise und -Bindung

Digitale CRM-Tools und -Plattformen

Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement Nachhaltigkeitsmanagement und CSR

Ressourceneffizienz und Controlling

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Klausur, 90 Minuten

2. Büromanagement: Vertiefung

Office Manager spielen eine wichtige Rolle in der strukturierten und effizienten Organisation von Unternehmen, Organisationen und Behörden. Sie sorgen nicht nur dafür, dass Büroprozesse nahtlos ineinandergreifen, sondern tragen auch maßgeblich zu einem positiven Arbeitsklima bei. Die Teilnehmenden erlangen eine umfassende Kompetenz in Bezug auf Büroverwaltung und Teamorganisation. Es werden Aspekte der Teamunterstützung, Kommunikation und Zusammenarbeit, des Wohlbefindens sowie digitaler Kompetenzen im Office Management vermittelt. Die Teilnehmenden lernen, wie sie effektiv mit Kollegen und Vorgesetzten interagieren, ihre Leistung optimieren und dabei ihr Wohlbefinden im Blick behalten sowie digitale Werkzeuge zur effizienten Gestaltung des Büroalltags nutzen können.

Kursinhalte

Digital Office Management Dokumenten- und Informationsmanagement

Digitale Programme, Tools und Trends

Digitale Bürokommunikation Virtuelle Kommunikation, Video Conferencing und KI

Datenschutz und IT-Sicherheit

Business-Decision-Management Entscheidungsmanagement und -techniken

Arbeits- und Organisationspsychologie

Backoffice-Management Team-Support und -Management

Medien-, Event- und Business-Travel-Management

Happiness- und Feel-Good-Management Konfliktmanagement und Mediation

Interkulturelle Teams und Diversity Management

Leistung und Wohlbefinden in der Arbeitswelt 4.0 Zeit- und Meetingmanagement

Selbstorganisation und Work-Life-Balance

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Klausur, 90 Minuten

3. Kollaboratives Arbeiten

Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.

Kursinhalte

Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt

Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen

4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected

Eigenes Lernverhalten überprüfen

Networking & Kooperation Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen

Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau

Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen

Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen

Performance in (virtuellen) Teams Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement

Team Building und Team Flow

Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement

Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co

Kommunizieren und überzeugen Kommunikation als soziale Interaktion

Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten

Die Haltung macht's: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren

Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren

Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren

Konfliktpotenziale erkennen – Konflikte handhaben – wirksam verhandeln Vielfalt respektieren – Chancen nutzen

Empathie für sich und andere entwickeln

Systemische Lösungsarbeit und Reframing

Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen

Eigene Projekte realisieren Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren

Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit

(Selbst-)Coaching und Inneres Team

Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation

Eigene Ressourcen mobilisieren Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren

Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität

Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Fachpräsentation

4. Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)

Dieser Kurs vertieft das Fachwissen aus dem Bereich Personalmanagement unter besonderer Berücksichtigung von Megatrends. Vor diesem Hintergrund werden aktuelle Entwicklungen im Personalwesen und ihre Auswirkungen auf die Organisation und das Verhalten von Individuen und Gruppen aufgegriffen. Dazu werden zunächst die theoretischen Grundlagen moderner Organisationskonzepte sowie die Notwendigkeit von Organisationsveränderungen und ihrer Voraussetzungen dargestellt. Sie stellen die Fähigkeit zur Selbstorganisation von Teams und Mitarbeitern stärker in den Vordergrund. Daher werden Konzepte zur Entwicklung von Hochleistungsteams und moderne Ansätze der Führung aufgegriffen. Abgerundet wird der Kurs durch die neue Anforderung der Selbstführungskompetenz bei Führungskräften und Mitarbeitern.

Kursinhalte

Megatrends und Organisationsveränderung Megatrends und die Auswirkungen auf den Organisationswandel

Klassische versus agile Organisation

Lernende Organisation, Agiles Lernen und Mindset

Change Management, Konflikte und Widerstände

Organisationsentwicklung

Verhalten in Organisationen (Organizational Behaviour) Begriff

Ebenen: Individuum, Gruppe, Organisation

Verhalten und Organisationsstruktur

Organisations- und Führungskultur

Einfluss von Megatrends auf das Verhalten

Entwicklung von Hochleistungsteams Hochleistungsteams – Begriff, Besonderheiten und Bedeutung

Auswahl der Teammitglieder und Entwicklung von Teams

Gruppenidentität

Virtuelle Teams und ihre Besonderheiten

Diversität in Teams

Moderne Führungskonzepte Klassische vs. moderne Führungskonzepte

Drei Ebenen der Führung

Empowerment der Mitarbeiter

Dynamisierung des Führungsstils

E-Leadership – Führung auf Distanz

Self-Leadership Begriff und Abgrenzung zum Selbstmanagement

Basistheorien

Messung von Self-Leadership

Aktueller Forschungsstand

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Klausur, 90 Minuten

5. Customer Relationship Management

Customer Relationship Management gilt als zentrales und überaus bedeutsames Konzept des Marketingmanagements zur optimalen Gestaltung von Kundenbeziehungen. Sämtliche Prozesse eines Unternehmens sollten konsequent und nachhaltig auf den Kunden und seine Bedürfnisse ausgerichtet sein. Dieses grundlegende Verständnis sowie ein breiter Überblick über das Themengebiet CRM werden den Studierenden in diesem Kurs vermittelt. Neben den theoretischen Grundlagen der Kundenbeziehung geht es um den Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklus, Kundenzufriedenheit und -loyalität, das Kundenbindungsmanagement sowie den Kundenwert und das Kundenportfoliomanagement. Die praktische Anwendung thematisiert der Kurs bei der Darstellung der vielfältigen Strategien und Instrumente des CRM und auch bei der konkreten Implementierung und dem Controlling des CRM.

Kursinhalte

Grundlagen des CRM Begriffe und Ziele des CRM

Die ökonomische Bedeutung des Kunden

Vom transaktions- zum beziehungsorientierten Marketing

Aufgaben und Struktur des CRM

Theoretische Erklärungsansätze des CRM Erklärungsansätze aus neoklassischer, neoinstitutioneller und organisationstheoretischer Sicht

Erklärungsansätze aus neobehavioristischer Sicht

Erklärungsansätze aus kommunikativer Sicht

Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklus Kundenlebensphasenzyklus

Kundenbeziehungszyklus

Kundenbeziehungen aus Nachfrager- und Anbietersicht

Kundenzufriedenheit und -loyalität Kundenzufriedenheit als Bedingung langfristiger Kundenbindung

Messung von Kundenzufriedenheit

Kundenloyalität durch Kundenzufriedenheit

Aufbau von Kundenzufriedenheit und -loyalität

Kundenbindungsmanagement Gründe und Effekte des Kundenbindungsmanagement

Strategien zur Kundenbindung

Maßnahmen und Instrumente zur Kundenbindung

Kundenwert und Kundenportfoliomanagement Grundlagen der Kundenbewertung

Verfahren der Kundenbewertung

Kundensegmentierung und Kundenportfolios

Strategien und Instrumente des CRM Merkmale und Aufgaben von Strategien im CRM

Phasenabhängige CRM-Strategien und Instrumente

Weitere Optionen und Instrumente

Implementierung und Controlling von CRM Organisation, Management und Unternehmenskultur

Architektur der CRM-Prozesse

Operative und analytische CRM-Prozesse

Datenverarbeitung

Möglichkeiten der Wirkungskontrolle

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Examen, 90 Minuten

6. Gesprächsführung und Verhandlungstechniken

Von der Partnerschaft bis zur internationalen Verhandlungsführung: Wann immer Menschen mit verschiedenen Interessen und Bedürfnissen zusammentreffen, entsteht Konfliktpotential. Daher verspricht die Kunst der Gesprächsführung diverse Vorteile: Einerseits ermöglicht diese Fähigkeit, das Gegenüber zu verstehen und mögliche Konflikte durch einfühlsame Kommunikation zu lösen. Andererseits bietet eine geschickte Verhandlungstaktik den Vorteil, die eigenen Interessen durchzusetzen und Win-Win-Lösungen zu erzielen. Beide Perspektiven werden in diesem Kurs behandelt: Zu Beginn geht es um Maßnahmen, wie sich eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre beispielsweise durch Empathie und aktives Zuhören herstellen lässt. Zudem werden verschiedene Phasen der Konfliktlösung durchlaufen und die damit verbundenen Herausforderungen beleuchtet. Im zweiten Teil werden Methoden der Verhandlungsführung wie das Harvard-Konzept vorgestellt und ihre Effektivität anhand praktischer Beispiele sowohl auf individueller als auch politischer Ebene diskutiert.

Kursinhalte

Grundlagen der Gesprächsführung Einflussfaktoren auf Gespräch und Gesprächsführung

Gesprächsteilnehmer

Gesprächsprozess und Interaktion

Gesprächsanlässe

Vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre herstellen Definition von Vertrauen

Empathie

Aktives Zuhören

Konflikte auf Paar-/Arbeitsebene lösen Definition von Konflikt/Konfliktebenen

Konflikteskalation nach Glasl

Konfliktmoderation

Die Psychologie der Verhandlungsführung Begriffsbestimmungen

Kognitive Ansätze der Verhandlungsforschung

Motivationale Ansätze der Verhandlungsforschung

Das Harvard-Konzept Grundlagen des Konzeptes

Kritische Auseinandersetzung und Alternativen

Übungen und Anwendungsbeispiele Praxis des aktiven Zuhörens

Praxis der Konfliktmoderation

Praxis des Verhandelns

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Examen, 90 Minuten

03

Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04

Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05

Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Büroleiter, Büromanager, Customer Relationship Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · <https://www.iu-akademie.de>



[Online ansehen](#)