

Universitätsexperte

Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft





Index



Universitätsexperte Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/design/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation-branding-kreativwirtschaft

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01 Präsentation

Die Zahl der Kreativunternehmen nimmt zu und damit auch der Wettbewerb. Ihre Differenzierung muss sich auf die Qualität ihrer Produkte konzentrieren, aber in den Augen der Öffentlichkeit ist die Schaffung einer repräsentativen Marke, die von den Verbrauchern anerkannt wird, von wesentlicher Bedeutung. Aus diesem Grund müssen sich Designer, die eine verantwortungsvolle Position in einem solchen Unternehmen anstreben, darüber im Klaren sein, dass Kommunikation und *Branding* einen wesentlichen Teil ihrer Qualifikation ausmachen müssen. Aus diesem Grund hat TECH dieses Programm entwickelt, das für ihre zukünftige Karriere und ihre erfolgreiche Entwicklung in diesem Bereich von grundlegender Bedeutung sein wird.

“

Spezialisieren Sie sich auf Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft und werden Sie zu einem Experten, der in der Lage ist, eine für die Öffentlichkeit attraktive Marke zu entwerfen"

Die *Branding*- und Kommunikationsstrategie ist ein grundlegendes Element für jedes Unternehmen, umso mehr wenn es sich um kreative Branchen handelt. In diesem Sinne kann *Branding* als der Prozess des Aufbaus einer Marke definiert werden, während die Kommunikationsstrategie als die Wahl der Botschaft zur Erreichung eines bestimmten Ziels verstanden wird. Die Bedeutung von *Branding* ist so groß, dass die Spezialisierung von Fachkräften in diesem Bereich sehr wichtig ist. Aus diesem Grund hat TECH dieses akademische Programm entwickelt, das sich auf die Fortbildung von Designern konzentriert, die in der Lage sind, diese Prozesse zu leiten und zu verwalten, indem sie die Kreativität, das Ideenmanagement und die Umsetzung der besten Optionen entsprechend den Zielen des Unternehmens fördern.

Das Programm befasst sich intensiv mit dem Konzept des *Branding* und seinen wichtigsten Strategien. Es definiert den Prozess und alle Schritte, die eine Marke zu dem machen, was sie ist. Ziel ist es, alle Qualitäten der Marke zu gewichten und aufzuzeigen, damit der Kunde die Werte und Visionen des Unternehmens kennenlernt, die es von seinen Mitbewerbern unterscheiden. Darüber hinaus wird die Kommunikation in diesem Bereich aus einer globalen Perspektive betrachtet, einschließlich des strategischen Prozesses, der Auswahl der Zielgruppen, der strategischen Planung und der am besten geeigneten Marketingmedien, um sie in die Praxis umzusetzen, neben anderen Aspekten, die in diesem Bereich von großer Bedeutung sind.

Eine 100%ige Online-Universität, die es den Studenten ermöglicht, sich ihre Studienzzeit selbst einzuteilen, da sie nicht an einen festen Stundenplan gebunden sind oder sich an einen anderen physischen Ort begeben müssen. Sie haben zu jeder Tageszeit Zugang zu allen Inhalten und können ihr Berufs- und Privatleben mit dem Studium in Einklang bringen.

Dieser **Universitätsexperte in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für die Leitung und das Management von Kreativunternehmen vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ◆ Mit besonderem Schwerpunkt auf innovativen Methoden in Kommunikation und *Branding* in Kreativunternehmen
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss

“ *Erfolgreiche Kommunikationskampagnen steigern den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke und schaffen einen Ruf, der mit den Zielen des Unternehmens übereinstimmt*”

“ *Die Zukunft eines jeden Unternehmens hängt zu einem großen Teil von seinen Kommunikations- und Markenkampagnen ab, so dass Ihre Spezialisierung in diesem Bereich einen Mehrwert für Ihren Lebenslauf darstellt*”

Zu den Dozenten gehören Fachleute aus dem Bereich Design, die ihre Erfahrungen in dieses Programm einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situations- und kontextbezogenes Studium ermöglichen. Mit anderen Worten: eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Dabei wird sie durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten Experten entwickelt wurde.

Dieser Universitätsexperte verfügt über eine innovative Lehrmethodik, die es den Studenten ermöglicht, kontextbezogen zu lernen, als ob sie mit realen Situationen konfrontiert wären.

Das umfassendste Programm zu Kommunikation und Markenführung in der Kreativwirtschaft, das Ihre persönliche und berufliche Entwicklung fördert.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätsexperten in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft von TECH ist es, sicherzustellen, dass Designer die notwendigen Fähigkeiten erwerben, um alle Konzepte und Strategien in die Praxis umzusetzen, die es ihnen ermöglichen, ihre Marke bekannt zu machen und eine Synergie mit der Öffentlichkeit zu schaffen, die ihrem Unternehmen zum Erfolg auf dem Markt verhilft. Zweifellos wird dieses Ziel mit Mühe und Hingabe erreicht werden und den Ausgangspunkt für die zukünftige Karriere der Studenten bilden.



Der Aufbau einer erfolgreichen Marke erfordert viel Mühe und Engagement, aber es ist auch notwendig, die richtigen Fähigkeiten zu entwickeln. TECH bietet Ihnen diesen Universitätsexperten an, um Ihnen dabei zu helfen"



Allgemeine Ziele

- ◆ Bereitstellen von nützlichen Kenntnissen für die Spezialisierung der Studenten, um ihnen Fähigkeiten für die Entwicklung und Anwendung origineller Ideen in ihrer persönlichen und beruflichen Arbeit zu vermitteln
- ◆ Verstehen, wie Kreativität und Innovation zu den treibenden Kräften der Wirtschaft geworden sind
- ◆ Lösen von Problemen in neuartigen Umgebungen und in interdisziplinären Kontexten im Bereich der Verwaltung in der Kreativwirtschaft
- ◆ Integrieren des eigenen Wissens mit dem anderer, um auf der Grundlage der jeweils verfügbaren Informationen fundierte Urteile zu fällen und zu argumentieren
- ◆ Wissen, wie man den Prozess der Entwicklung und Umsetzung von neuen Ideen zu einem bestimmten Thema steuert
- ◆ Erwerben von spezifischen Kenntnissen für das Management von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft
- ◆ Besitzen von Instrumenten zur Analyse der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Realitäten, in denen sich die Kreativwirtschaft heute entwickelt und verändert
- ◆ Erwerben der notwendigen Kompetenzen, um das eigene Berufsprofil sowohl im geschäftlichen als auch im unternehmerischen Umfeld zu entfalten und weiterzuentwickeln
- ◆ Erwerben von Kenntnissen zur Führung von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft
- ◆ Organisieren und Planen von Aufgaben unter Verwendung der verfügbaren Ressourcen, um sie in einem präzisen Zeitrahmen zu erledigen

- ◆ Verwenden der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien als Instrumente für Fortbildung und den Erfahrungsaustausch auf dem Gebiet des Studiums
- ◆ Entwickeln von Kommunikationsfähigkeiten, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form, sowie der Fähigkeit, effektive professionelle Präsentationen in der täglichen Praxis zu halten
- ◆ Erwerben von Fähigkeiten in den Bereichen Marktforschung, strategische Vision, digitale Methoden und *Co-Creation*



Erwerben Sie die notwendigen Fähigkeiten, um die Geschäftskommunikation Ihres Unternehmens zu managen"



Spezifische Ziele

Modul 1. Neue Kreativwirtschaft

- ◆ Erwerben von Kenntnissen über die neue Kreativwirtschaft
- ◆ Verstehen der Bedeutung der Kreativwirtschaft auf wirtschaftlicher Ebene
- ◆ Vertiefen der Kenntnisse über die visuellen und darstellenden Künste
- ◆ Erwerben umfassender Kenntnisse über das historische, natürliche und kulturelle Erbe

Modul 2. Creative Branding: Kommunikation und Management von kreativen Marken

- ◆ Verstehen des Prozesses der Entstehung und Entwicklung einer Marke
- ◆ Wissen, wie man die grafische Identität der Marke gestaltet
- ◆ Kennen der wichtigsten Techniken und Werkzeuge der Kommunikation
- ◆ In der Lage sein, das *Briefing* des Unternehmens durchzuführen

Modul 3. Neue Strategien für digitales Marketing

- ◆ Anwenden von Tools für das digitale Marketing unter Berücksichtigung der Zielgruppe, die die Botschaften erreichen sollen
- ◆ Durchführen von Webanalysen, die dem Unternehmen Informationen darüber liefern, wie es seine Werbestrategie ausrichten kann
- ◆ Verwenden sozialer Netzwerke als Marketing- und Werbeinstrumente
- ◆ Anwenden von *Inbound Marketing*-Tools

03 Kursleitung

Das Dozententeam dieses Universitätsexperten in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft von TECH besteht aus Fachleuten mit umfassender Erfahrung in diesem Sektor, die wissen, wie wichtig es ist, qualitativ hochwertige Programme durchzuführen, um die Qualifikation der Designer in diesem Bereich zu verbessern. Deshalb haben sie alle Anstrengungen unternommen, um das umfassendste akademische Programm auf dem aktuellen Markt zu schaffen, das für diejenigen, die sich beruflich im Bereich der Kreativunternehmen weiterentwickeln möchten, sehr nützlich sein wird.

“ Hochkarätige Dozenten werden Ihnen die Schlüssel zu Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft vermitteln”

Internationale Gastdirektorin

S. Mark Young ist ein international anerkannter Experte, der sich in seiner Forschung auf die Unterhaltungsindustrie konzentriert hat. Seine Ergebnisse wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, darunter der 2020 Lifetime Achievement Award in Accounting and Management von der American Accounting Association. Außerdem erhielt er drei Auszeichnungen für seine Beiträge zur wissenschaftlichen Literatur in diesen Bereichen.

Einer der Höhepunkte seiner Karriere war die Veröffentlichung der Studie „Narcissism and Celebrities“ (Narzissmus und Prominente) zusammen mit Dr. Drew Pinsky. In diesem Text wurden direkte Daten zu berühmten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen zusammengestellt. In dem Artikel, der später zu einem Bestseller wurde, analysierte der Experte die narzisstischen Verhaltensweisen von Zelluloidstars und wie diese in den modernen Medien normalisiert wurden. Gleichzeitig ging er auf die Auswirkungen dieser Verhaltensweisen auf die heutige Jugend ein.

Im Laufe seiner beruflichen Karriere hat sich Young auch mit der Organisation und der Ausrichtung der Filmindustrie befasst. Insbesondere hat er Modelle zur Vorhersage des Kassenerfolgs großer Filme untersucht. Er hat auch einen Beitrag zum Activity Based Accounting und zur Gestaltung von Kontrollsystemen geleistet. Bekannt ist vor allem sein Einfluss auf die Einführung eines effektiven Managements auf der Grundlage der Balanced Scorecard.

Auch die akademische Arbeit hat sein Berufsleben geprägt, und er wurde auf den George Bozanic and Holman G. Hurt Research Chair in Sports and Entertainment Business gewählt. Er hat auch Vorlesungen gehalten und an Studienprogrammen in den Bereichen Rechnungswesen, Journalismus und Kommunikation teilgenommen. Gleichzeitig führten ihn seine Grund- und Aufbaustudien an renommierte amerikanische Universitäten wie Pittsburgh und Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- George Bozanic und Holman G. Hurt Lehrstuhl für Sport- und Unterhaltungswirtschaft
- Offizieller Historiker der Tennismannschaft der University of Southern California
- Akademischer Forscher, spezialisiert auf die Entwicklung von Prognosemodellen für die Filmindustrie
- Mitverfasser des Buches „Narzissmus und Prominente“.
- Promotion in Rechnungswesen an der Universität von Pittsburgh
- Masterstudiengang in Rechnungswesen an der Ohio State University
- Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften vom Oberlin College
- Mitglied des Center for Excellence in Teaching

“

Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können“

Leitung



Dr. Velar, Marga

- Management von Unternehmensmarketing bei der SGN Group (New York)
- Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra
- Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III von Madrid
- Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation mit einem Universitätskurs in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense von Madrid
- MBA in *Fashion Business Management* von der ISEM Marketing Business School

Professoren

Fr. Arroyo Villoria, Cristina

- Partner und Managerin für Projekte und Unternehmertum in der Kreativindustrie-Fabrik
- Spezialistin für strategische Planung, Geschäftsentwicklung und Kommunikations- und Marketingstrategie
- Hochschulabschluss in Arbeitswissenschaften an der Universität von Valladolid
- Masterstudiengang in Personalmanagement von der Wirtschaftsschule San Pablo CEU
- Masterstudiengang in Bildungstechnologie von der Bureau Veritas Business School



Modul 1. Neue Kreativwirtschaft

- 1.1. Neue Kreativwirtschaft
 - 1.1.1. Von der Kulturwirtschaft zur Kreativwirtschaft
 - 1.1.2. Die Kreativwirtschaft von heute
 - 1.1.3. Aktivitäten und Sektoren, die die Kreativwirtschaft ausmachen
- 1.2. Wirtschaftliches Gewicht der Kreativwirtschaft heute
 - 1.2.1. Beitrag
 - 1.2.2. Triebkräfte von Wachstum und Wandel
 - 1.2.3. Beschäftigungsaussichten in der Kreativwirtschaft
- 1.3. Der neue globale Kontext der Kreativwirtschaft
 - 1.3.1. Radiographie der Kreativwirtschaft in der Welt
 - 1.3.2. Finanzierungsquellen für die Kreativwirtschaft in den einzelnen Ländern
 - 1.3.3. Fallstudien: Managementmodelle und öffentliche Maßnahmen
- 1.4. Natürliches und kulturelles Erbe
 - 1.4.1. Historisches und kulturelles Erbe
 - 1.4.2. Nebenprodukte und Dienstleistungen von Museen, archäologischen und historischen Stätten und Kulturlandschaften
 - 1.4.3. Immaterielles Kulturerbe
- 1.5. Visuelle Künste
 - 1.5.1. Plastische Künste
 - 1.5.2. Fotografie
 - 1.5.3. Kunsthandwerk
- 1.6. Darstellende Künste
 - 1.6.1. Theater und Tanz
 - 1.6.2. Musik und Festivals
 - 1.6.3. Jahrmärkte und Zirkus
- 1.7. Audiovisuelle Medien
 - 1.7.1. Film, Fernsehen und audiovisuelle Inhalte
 - 1.7.2. Radio, Podcasts und Audioinhalte
 - 1.7.3. Videospiele

- 1.8. Aktuelle Veröffentlichungen
 - 1.8.1. Literatur, Essays und Gedichte
 - 1.8.2. Verlage
 - 1.8.3. Presse
- 1.9. Kreative Dienstleistungen
 - 1.9.1. Design und Mode
 - 1.9.2. Architektur und Landschaftsgestaltung
 - 1.9.3. Werbung
- 1.10. Verbindungen der Kreativwirtschaft oder *Orange Economy*
 - 1.10.1. Kaskadenmodell - konzentrische Kreise
 - 1.10.2. Kreativitäts-, Produktions- und Wissens-*Spillover*
 - 1.10.3. Kultur im Dienste der Kreativwirtschaft

Modul 2. Creative Branding: Kommunikation und Management von kreativen Marken

- 2.1. *Brands and Branding*
 - 2.1.1. Markenzeichen
 - 2.1.2. Entwicklung des *Branding*
 - 2.1.3. Positionierung, Markenpersönlichkeit, Bekanntheitsgrad
- 2.2. Markenbildung
 - 2.2.1. *Marketing-Mix*
 - 2.2.2. Markenarchitektur
 - 2.2.3. Markenidentität
- 2.3. Ausdruck der Marke
 - 2.3.1. Grafische Identität
 - 2.3.2. Visueller Ausdruck
 - 2.3.3. Andere Elemente, die die Marke widerspiegeln
- 2.4. Kommunikation
 - 2.4.1. Annäherungen
 - 2.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 2.4.3. Kommunikationstechniken und -werkzeuge



- 2.5. *Brand Content*
 - 2.5.1. Von Marken zu Unterhaltungsplattformen
 - 2.5.2. Der Aufstieg der Markeninhalte
 - 2.5.3. Bindung an das Publikum durch einzigartiges *Storytelling*
- 2.6. *Visual Storytelling*
 - 2.6.1. Markenanalyse
 - 2.6.2. Kreative Werbekonzepte
 - 2.6.3. Kreatives Verkaufen
- 2.7. *Customer Experience*
 - 2.7.1. *Customer Experience (CX)*
 - 2.7.2. *Customer Journey*
 - 2.7.3. Markenausrichtung und CX
- 2.8. Strategische Planung
 - 2.8.1. Ziele
 - 2.8.2. Identifizierung von Zielgruppen und *Insights*
 - 2.8.3. Strategieentwicklung
- 2.9. *Performance*
 - 2.9.1. Das *Briefing*
 - 2.9.2. Taktik
 - 2.9.3. Produktionsplan
- 2.10. Bewertung
 - 2.10.1. Was bewerten?
 - 2.10.2. Wie bewerten (Mess-Tools)
 - 2.10.3. Berichterstattung über die Ergebnisse

Modul 3. Neue Strategien für digitales Marketing

- 3.1. Technologie und Publikum
 - 3.1.1. Digitale Strategie und Unterschiede zwischen Nutzertypen
 - 3.1.2. Zielpublikum, ausgrenzende Faktoren und Generationen
 - 3.1.3. Das *Ideal Customer Profile* (ICP) und die *Buyer Persona*
- 3.2. Digitale Analytik für die Diagnose
 - 3.2.1. Analytik im Vorfeld der digitalen Strategie
 - 3.2.2. Null-Moment
 - 3.2.3. KPIs und Metriken, Typologien, Klassifizierung nach Methodologien
- 3.3. *E-Entertainment*: die Auswirkungen des *E-Commerce* auf die Unterhaltungsindustrie
 - 3.3.1. *E-Commerce*, Typologien und Plattformen
 - 3.3.2. Die Bedeutung des Web-Designs: UX und UI
 - 3.3.3. Optimierung des Online-Raums: Mindestanforderungen
- 3.4. *Social Media* und *Influencer Marketing*
 - 3.4.1. Auswirkungen und Entwicklung des Netzwerk-Marketings
 - 3.4.2. Überzeugungsarbeit, Schlüssel zu Inhalten und viralen Aktionen
 - 3.4.3. Planung von *Social Marketing* und *Influencer Marketing*-Kampagnen
- 3.5. *Mobile Marketing*
 - 3.5.1. *Mobile*-Benutzer
 - 3.5.2. *Web Mobile* und Apps
 - 3.5.3. *Mobile Marketing*-Aktionen
- 3.6. Werbung in Online-Umgebungen
 - 3.6.1. Werbung in sozialen Netzwerken und Ziele von *Social Ads*
 - 3.6.2. Der Konversionstrichter oder *Purchase Funnel*: Kategorien
 - 3.6.3. *Social Ads*-Plattformen



- 3.7. Die Methodik des *Inbound Marketing*
 - 3.7.1. *Social Selling*, Grundpfeiler und Strategie
 - 3.7.2. Die CRM-Plattform im Rahmen einer digitalen Strategie
 - 3.7.3. Das *Inbound Marketing* oder *Attraction Marketing*: Aktionen und SEO
- 3.8. Marketing-Automatisierung
 - 3.8.1. E-Mail-Marketing und E-Mail-Typologie
 - 3.8.2. E-Mail-Marketing-Automatisierung, Anwendungen, Plattformen und Vorteile
 - 3.8.3. Das Aufkommen von *Bot & Chatbot Marketing*: Typologie und Plattformen
- 3.9. Werkzeuge zur Datenverwaltung
 - 3.9.1. CRM für digitale Strategie, Typologien und Anwendungen, Plattformen und Trends
 - 3.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* und *Business Intelligence*
 - 3.9.3. *Big Data*, künstliche Intelligenz und *Data Science*
- 3.10. Messung der Kostenwirksamkeit
 - 3.10.1. ROI: die Definition von Kapitalrendite und ROI vs. ROAS
 - 3.10.2. Optimierung des ROI
 - 3.10.3. Wichtige Metriken

“Vertiefen Sie Ihr Wissen im Bereich Kommunikation und Branding und werden Sie in Ihrer täglichen Arbeit effektiver”

05 Methodik

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

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



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

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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



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



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.



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



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

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

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

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

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

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

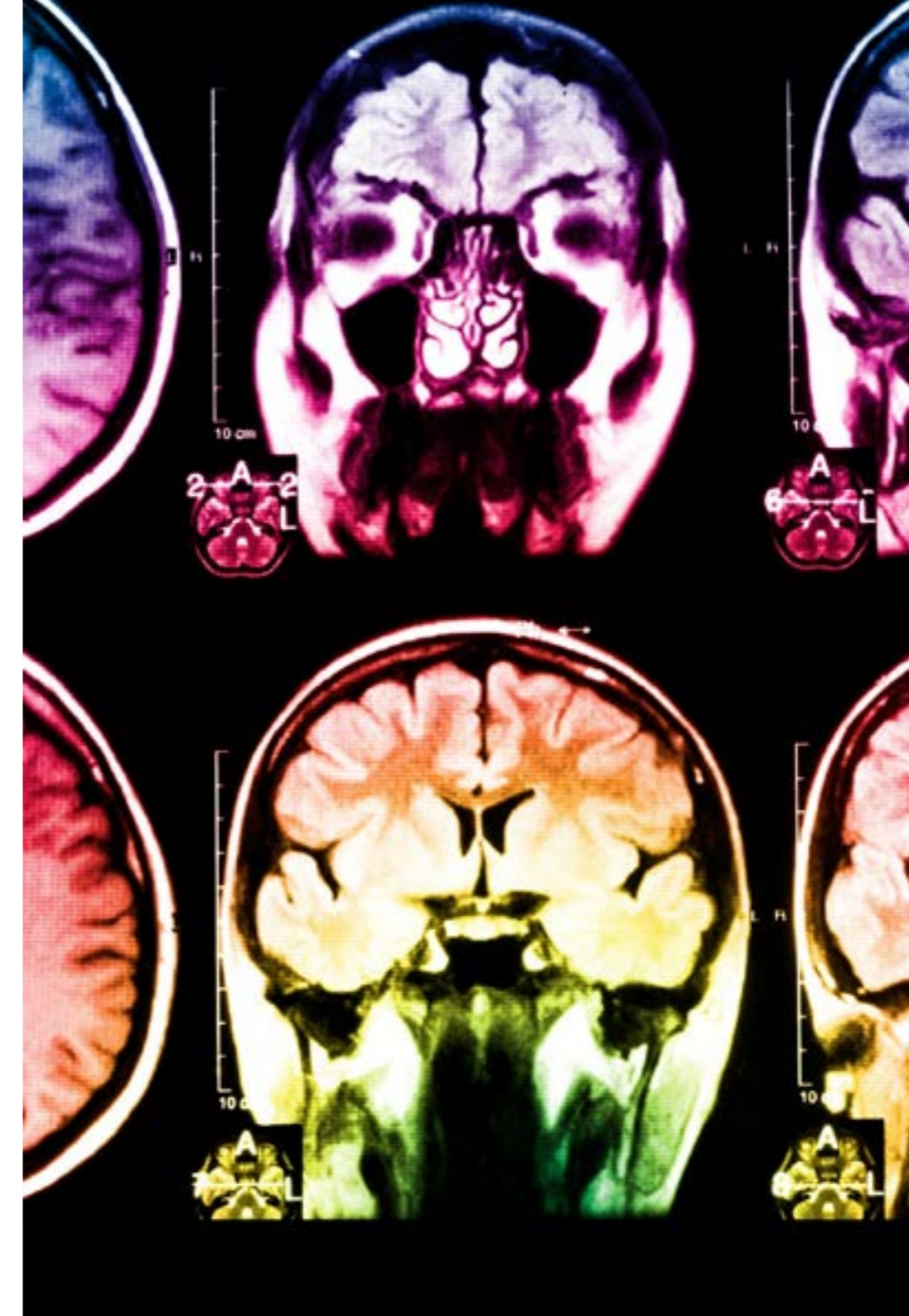


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen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

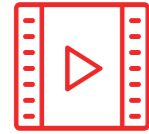
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihr Fachgebiet einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



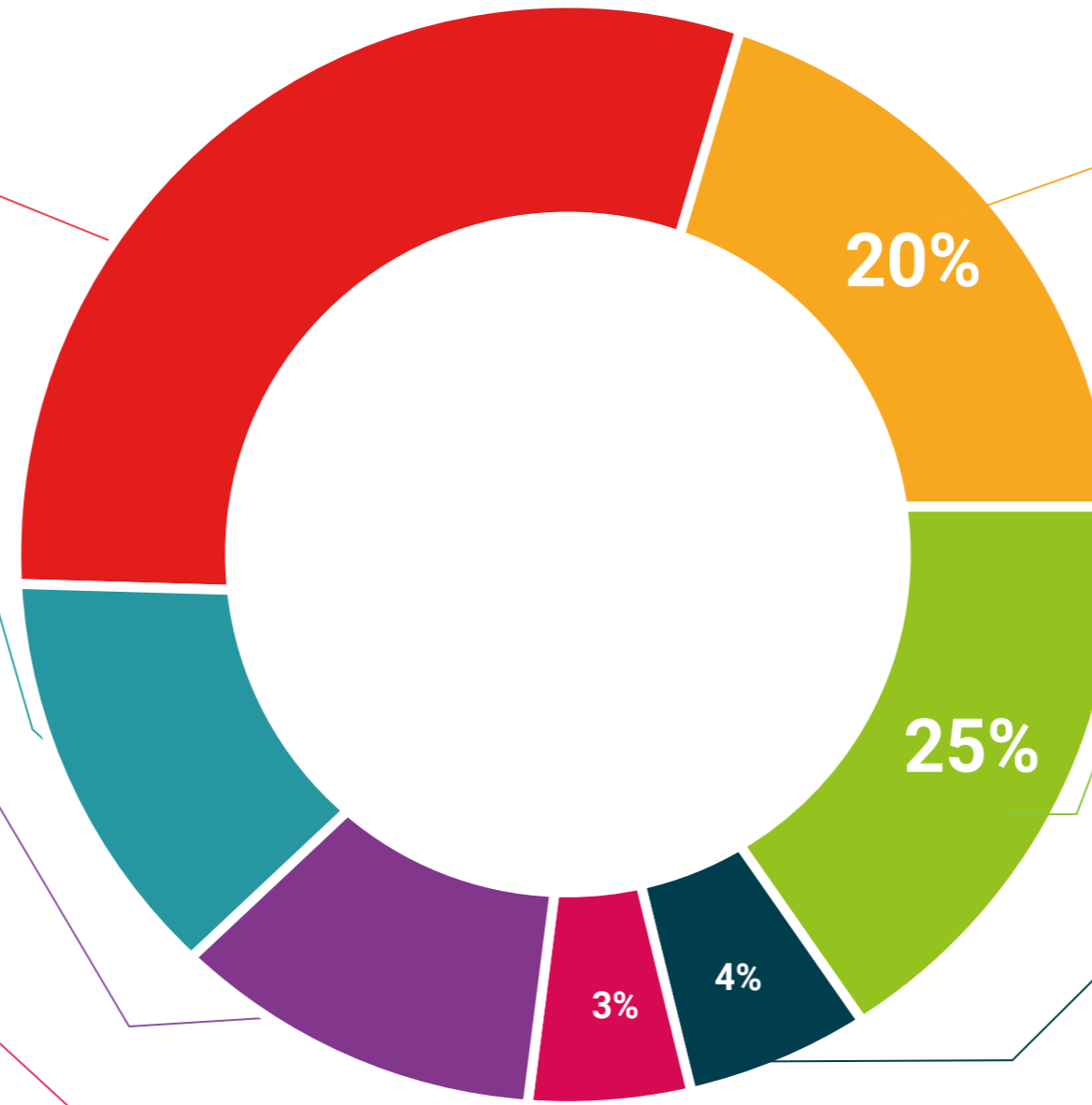
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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



Weitere Lektüren

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



Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestelltten Diplom.

Qualifizierung | 31 **tech**

“

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

Dieser **Universitätsexperte in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft** 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: **Universitätsexperte in Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 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.

zukunft
gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische universität
**Universitätsexperte
Kommunikation
und Branding in der
Kreativwirtschaft**

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

Universitätsexperte

Kommunikation und Branding in der Kreativwirtschaft