

# Privater Masterstudiengang Management im Metaversum





## Privater Masterstudiengang Management im Metaversum

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/informatik/masterstudiengang/masterstudiengang-management-metaversum](http://www.techtitude.com/de/informatik/masterstudiengang/masterstudiengang-management-metaversum)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 14

04

Kursleitung

---

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 22

06

Methodik

---

Seite 32

07

Qualifizierung

---

Seite 40

# 01

# Präsentation

Die *Gaming*-Welt ist mit Projekten wie *Second Life* bereits im Cyberspace angekommen. Virtuelle Welten sind aber auch deshalb interessant, weil sie leicht handelbar sind. Auf diese Weise wird die Wirtschaft dezentralisiert, was wiederum Risiken auf dem Markt und bei Online-Transaktionen mit sich bringt. Die TECH Technologische Universität bietet einen Studiengang an, der darauf abzielt, Fachleute für das Metaversum zu qualifizieren, die ihm mit innovativen Werkzeugen wie der *Blockchain* begegnen müssen. Dank der TECH Technologischen Universität werden die Fachleute tiefer in das digitale Umfeld und seine Akteure eintauchen. Außerdem handelt es sich um ein 100%iges Online-Programm, das den Studenten die Flexibilität bietet, dem Kurs zu folgen und das Studium an ihre Bedürfnisse anzupassen.

A large, 3D, glowing blue and purple 'METAVERSE' text graphic is positioned on the right side of the slide. The letters are blocky and have a metallic, reflective texture. The background is a dark, futuristic digital landscape with glowing lines and points of light, suggesting a virtual world or data network. The overall color palette is dominated by blues, purples, and teals.



*TECH bietet ein 100%iges Online-Programm an, das Sie in die Entwicklung des Cyberspace einführt, damit Sie diesen Bereich als Management-Profi perfekt beherrschen"*

In einer hypervernetzten Welt gewinnt das Internet immer mehr an Bedeutung. Die Möglichkeit des Metaversums, gemeinschaftliche Räume zu schaffen, in denen Bürger Avatare entwickeln können, die miteinander interagieren, eröffnet eine gesellschaftliche Debatte über die Ethik dieser Kontexte. Darüber hinaus ist das *Dark Web* ein weiterer Raum, der die Risiken im Netz erhöht und die zentralisierte Wirtschaft destabilisieren kann. Die Zukunft, die Experten auf diesem Gebiet voraussagen, ist jedoch trotz der Problematik das Metaversum.

Für Fachleute, die sich in diesem aufstrebenden Bereich weiterentwickeln möchten oder die bereits in diesem Bereich arbeiten und ihre Kenntnisse auf den neuesten Stand bringen möchten, hat die TECH Technologische Universität ein umfassendes und fundiertes Programm entwickelt, das den Kontext des Cyberspace sowie seine mittel- und langfristigen Trends behandelt. Es handelt sich um einen einjährigen Studiengang, der audiovisuelle Inhalte in verschiedenen Formaten und ein ganzes Netzwerk realer Simulationen zum Management des Metaversums umfasst, so dass die Studenten in der Lage sind, ihre eigenen Projekte mit Erfolgsgarantie zu entwickeln.

Es handelt sich um eine akademische Erfahrung von 1.500 Stunden, die auf der Expertise eines erfahrenen Dozententeams im virtuellen Paradigma basiert. Auf diese Weise erwerben die Studenten das gesamte Wissen über Web 3.0, dezentralisierte Investitionen und Finanzen (DeFi), neue Technologien und die *Gaming*-Industrie, neben vielen anderen Themen. Darüber hinaus steht ihnen ein direkter Kommunikationskanal zur Verfügung, über den sie mit den Dozenten in Kontakt treten und alle Fragen zum Thema klären können. Und das alles mit der Flexibilität, 100% online zu studieren, mit in das Material integrierten Studienmaterialien und in nur 12 Monaten Studiendauer.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Management im Metaversum** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten aus den Bereichen Metaversum, *Blockchain* und *Gaming* vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ 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



*Erweitern Sie Ihr Wissen über das Metaversum und werden Sie ein Profi in dreidimensionalen und virtuellen Projekten"*

“

*Sind Sie daran interessiert, Marketing- und Werbetoools zu beherrschen, um im Metaversum zu intervenieren? Dann schreiben Sie sich jetzt für diesen privaten Masterstudiengang ein"*

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die 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. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

*Das Metaversum ist eine Parallelwelt, die niemals schläft. Tauchen Sie in ihre Details ein, um erfolgreich virtuelle Geschäftsräume zu schaffen.*

*Schreiben Sie sich für diesen privaten Masterstudiengang ein und entdecken Sie den Einfluss der Technologiebranche und die Schaffung des GameFi-Konzepts auf das aktuelle Paradigma.*



# 02 Ziele

Der Aufstieg des digitalen Marketings hat die Unternehmen gezwungen, sich anzupassen und sich auf Fachleute zu verlassen, die die neuen Trends beherrschen. Angesichts des Erfolgs des Cyberspace und der dort stattfindenden Transaktionen hat die TECH Technologische Universität einen Studiengang entwickelt, der darauf abzielt, das Wissen von Informatikern und Fachleuten für digitales Marketing zu erweitern und zu aktualisieren, um in der Cyber-Umgebung voranzukommen. Es handelt sich um ein Programm, das vom Web 3.0 bis zu den Hauptakteuren des Metaversums reicht. All dies mit einem umfassenden und weitreichenden Ansatz für das Panorama der Möglichkeiten, die die virtuelle Welt heute und in Zukunft bietet.

The background of the slide is a vibrant, abstract graphic representing the metaverse. It features a complex network of glowing lines and nodes in shades of blue, purple, and pink. A prominent 3D wireframe cube is visible in the lower right corner. The word 'METaverse' is written in a bold, white, sans-serif font across the upper right portion of the image, with the 'M' partially cut off by the edge of the frame.

METaverse





“

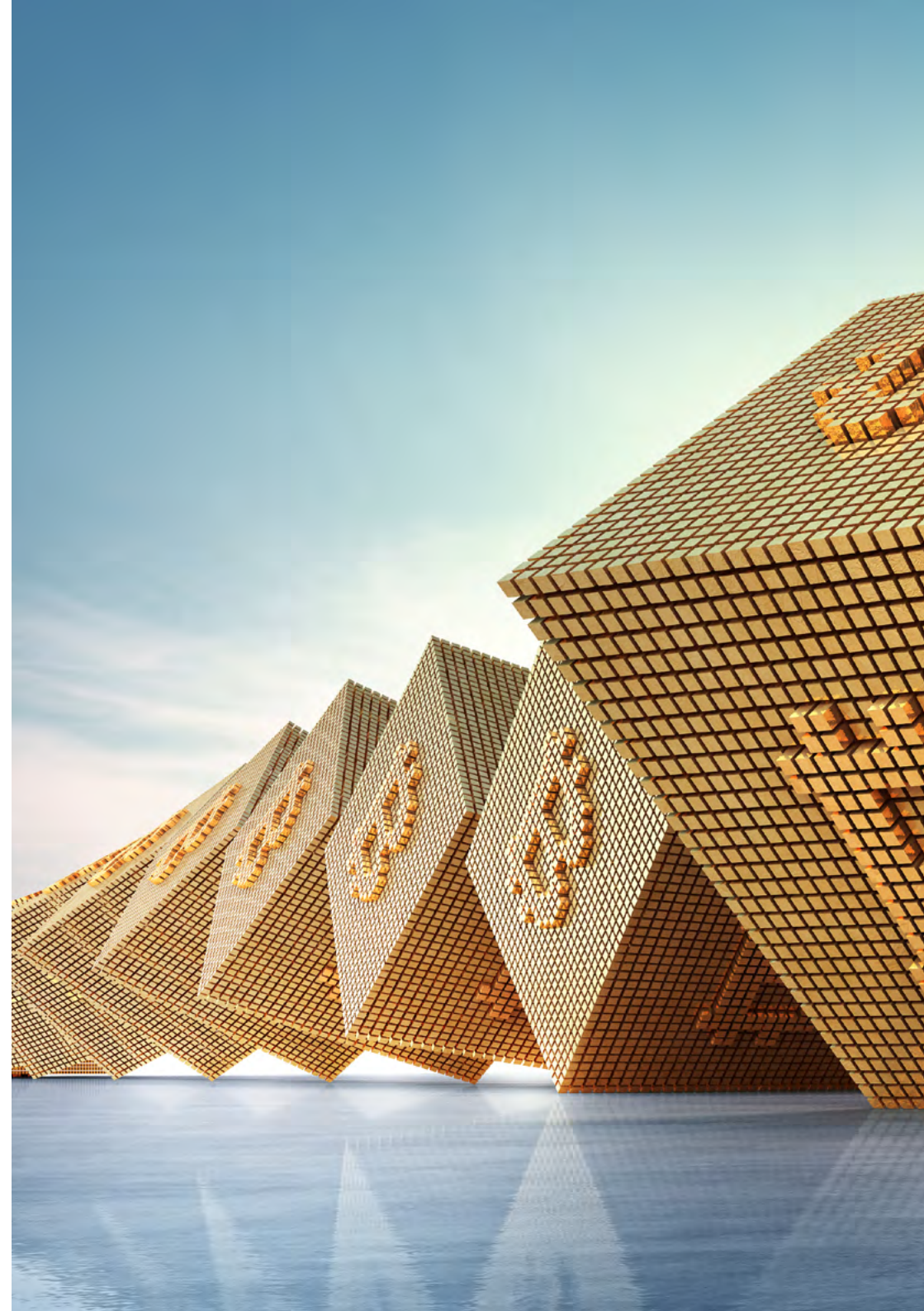
*Auf dem virtuellen Campus finden Sie alle theoretischen und praktischen Materialien, die Sie Ihren Zielen in der Spieleindustrie näher bringen, ohne an einen festen Zeitplan gebunden zu sein"*



## Allgemeine Ziele

---

- ◆ Generieren von Fachwissen über das Web 3.0
- ◆ Untersuchen aller Komponenten, aus denen ein Metaversum besteht
- ◆ Entwickeln eines Metaversums aus den verfügbaren Tools und Komponenten
- ◆ Analysieren der Bedeutung der *Blockchain* als Datenverwaltungsmodell
- ◆ Begründen der Verbindung zwischen der *Blockchain* und der Gegenwart und Zukunft des Metaversums
- ◆ Entdecken der Anwendungsfälle und der Auswirkungen des dezentralen Finanzwesens in der heutigen und zukünftigen Welt
- ◆ Analysieren der Entwicklung der Videospelindustrie und der ersten primitiven Beispiele des Metaversums
- ◆ Erforschen der klassischen Geschäftsmodelle, des allgemeinen Zustands der Branche und der Entstehung des *GameFi*-Konzepts
- ◆ Herstellen von Synergien zwischen *E-Sports* und anderen Ökosystemen der *Gaming*-Industrie in Bezug auf aktuelle Metaversen
- ◆ Entwickeln neuer Fähigkeiten, die es dem Studenten ermöglichen, Geschäftsmöglichkeiten in den verschiedenen Trägern des Metaversums zu identifizieren
- ◆ Erkennen und Fördern aller möglichen Monetarisierungskanäle innerhalb des Metaversums
- ◆ Vertiefen der Metaversum-Erfahrung aus einer anderen Perspektive, um zu verstehen, wie sich all diese potenziellen Entwicklungen auf uns auswirken, und um alle Fragen ihrer Anwendung mittelfristig zu beantworten
- ◆ Begründen des Metaversums als Teil des täglichen Lebens, um es in all seinen Bereichen optimal nutzen zu können
- ◆ Vorbereiten auf alle Veränderungen, die das Metaversum für die Zukunft mit sich bringt, und wissen, wie es das Leben, das Geschäft oder die Art und Weise, wie wir mit anderen in Beziehung treten, beeinflussen kann





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Web 3.0. Grundlage des Metaversums

- ◆ Analysieren der Entwicklung des Webs bis zum Web 3.0
- ◆ Begründen der Bedeutung der Werte und Prinzipien, die dem Web 3.0 Leben verleihen
- ◆ Untersuchen der Möglichkeiten, die die Technologie bei der Lösung von Bedürfnissen bietet
- ◆ Untersuchen der technologischen Ebenen des Web 3.0 und ihrer Funktion
- ◆ Bestimmen der Rolle der Nutzer beim Fortschritt des Web 3.0
- ◆ Entschlüsseln von Geschäftsmöglichkeiten für Benutzer und Organisationen
- ◆ Navigieren vom Web 3.0 zum Metaversum

### Modul 2. Das Metaversum

- ◆ Begründen des Web 3.0 als Kernkomponente für die Schaffung eines Metaversums
- ◆ Bestimmen der Hindernisse und des Potenzials, das VR und KI haben
- ◆ Untersuchen der Gesetzgebung, die Metaversen zugrunde liegt
- ◆ Analysieren der verschiedenen Arten von digitalen Identitäten, die einem Metaversum zugrunde liegen
- ◆ Feststellen der Relevanz von Avataren als Ausgangspunkt in einem Metaversum
- ◆ Spezifizieren, warum drei Schlüsselaspekte des Metaversums es zu einem Multi-Aktivitäts-Szenario machen können
- ◆ Entwickeln der Metaversum-Komponenten in realen Anwendungsfällen

### Modul 3. Blockchain: der Grundstein für den Aufbau eines dezentralen Metaversums

- ◆ Untersuchen der Bedeutung von *Blockchain*-Werten in einer neuen virtuellen Welt
- ◆ Erforschen der Möglichkeiten, die die *Blockchain* uns als Nutzer des Metaversums bietet
- ◆ Entwickeln der Geschäftsmodelle des Metaversums, angetrieben durch die *Blockchain*
- ◆ Enträtseln der Rolle von Daten im Metaversum
- ◆ Transformieren von *Blockchain*-Anwendungen in Werte für Metaversum-Nutzer
- ◆ Analysieren des Wertes der Integration verschiedener *Blockchain*-Anwendungsfälle in eine einzige Umgebung
- ◆ Bewerten der Bedeutung des Metaversums für die neue Internet-Ära

### Modul 4. Dezentralisierte Finanzen und Investitionen (DeFi) im Metaversum

- ◆ Gewinnen eines allgemeinen Verständnisses der traditionellen Finanzlandschaft, ihrer Unzulänglichkeiten und Stärken
- ◆ Bestimmen der Motivation für dezentralisierte Finanzen und die Lösungen, die sie bieten
- ◆ Entwickeln der grundlegenden Konzepte des dezentralen Finanzwesens
- ◆ Entdecken der Funktionsweise der wichtigsten Plattformen im Ökosystem
- ◆ Untersuchen der Zwischenkonzepte des dezentralen Finanzwesens, angewandt auf Web3-Projekte
- ◆ Analysieren von Anwendungsfällen des dezentralen Finanzwesens im Metaversum
- ◆ Entwickeln der Fähigkeit, dezentralisierte Finanzkonzepte im Metaversum in die Zukunft zu extrapolieren

### Modul 5. Fortgeschrittene Technologien für die Entwicklung des Metaversums

- ◆ Gewinnen eines speziellen Verständnisses der aktuellen Technologielandschaft, wie sie für das Web 3.0 und das Metaversum gilt
- ◆ Entwickeln der Fähigkeit, fortgeschrittene Programmierkonzepte zu verstehen
- ◆ Erwerben von Fachwissen über fortgeschrittene *Blockchain*-Konzepte

- ◆ Vertraut werden mit der Verwendung von Entwicklungs- und Designumgebungen, die in der Videospieleindustrie und bei der Programmierung eingesetzt werden
- ◆ Analysieren der großen Vielfalt an Technologien, die auf das Metaversum angewendet werden können
- ◆ Beurteilen der Möglichkeiten der Verbindung zwischen Plattformen und Anbietern im Metaversum-Ökosystem
- ◆ Verbessern der Projektionsfähigkeit der aktuellen Technologien in die Zukunft

### Modul 6. Gaming-Industrie und E-Sports als Tor zum Metaversum

- ◆ Ermitteln der einflussreichsten Videospiele der Geschichte bis hin zum Metaversum-Konzept
- ◆ Feststellen, wie Online-Multiplayer-Videospiele entstanden sind und was sie dazu beigetragen haben, als sie populär wurden und welche Erfahrungen sie heute auf virtuelle Umgebungen übertragen haben
- ◆ Analysieren der aktuellen Situation der Videospieleindustrie und der verschiedenen Geschäftsmodelle, die die Durchführbarkeit ihrer Projekte erleichtern
- ◆ Eingehen auf die Definition von *Play to Earn*, um die konzeptionellen Unterschiede zum *Play & Earn*-Modell zu verstehen
- ◆ Verstehen, was unter dem Spieler-Investor-Paradigma zu verstehen ist, um spezifische *Targets* innerhalb der Branche bestimmen und untersuchen zu können
- ◆ Fähig sein, interaktive Erlebnisse im Detail von Spielen zu unterscheiden In der Lage sein, die Unterschiede zwischen beiden Konzepten herauszuarbeiten, um die Ziele zu definieren, die im Unternehmen erreicht werden sollen
- ◆ In der Lage sein, die von der aktuellen Technologie bereitgestellten Werkzeuge anzuwenden, um Synergien zwischen spezialisierten Märkten wie *E-Sports* und dem Metaversum zu schaffen

### Modul 7. Geschäftsmodelle. Anwendungsfälle im Metaversum

- ◆ Entwickeln von Geschäftskapazitäten im Metaversum in verschiedenen Sektoren und Branchen
- ◆ Analysieren verschiedener Aktionen mit sozialer Wirkung, die in der realen Welt repliziert werden können
- ◆ Ermitteln neuer Schulungs- und Lernwege durch *E-Learning* im Metaversum
- ◆ Stärken von Marken durch ihre Präsenz im Metaversum
- ◆ Begründen, warum *Business to Avatar* das führende Geschäftsmodell für Marken ist
- ◆ Ermitteln der Vorteile und Herausforderungen, denen Marken bei der Nutzung des Metaversums gegenüberstehen
- ◆ Analysieren von Geschäftsmodellen, die auf reale Fälle im Metaversum angewendet werden

### Modul 8. Ökosystem und Hauptakteure im Metaversum

- ◆ Analysieren des Einflusses von Opensource auf die Entwicklung des Metaversum-Ökosystems
- ◆ Untersuchen der Rolle von *Communities* bei der Entwicklung des Ökosystems
- ◆ Nachdenken über den neuen sozialen Kontext des exponentiellen Zeitalters
- ◆ Aussortieren der Teilnehmer des Ökosystems und Verstehen ihrer Funktion
- ◆ Eintauchen in Projekte, die Metaversen zusammen mit einem Ökosystem entwickeln
- ◆ Erkunden der durch Ökosysteme ermöglichten Geschäftsmöglichkeiten
- ◆ Verstehen, dass es notwendig ist, ein Ökosystem zu schaffen, um ein vollständiges Bild zu liefern

### Modul 9. Marketing im Metaversum

- ◆ Strukturieren eines Marketingplans in einem neuen Universum
- ◆ Entwickeln von Marketingstrategien im Metaversum
- ◆ Ermitteln der Vorteile des Metaversums und des immersiven Marketings für Unternehmen
- ◆ Feststellen, wie die NFT als Brücke zur Werbung im Metaversum genutzt werden kann
- ◆ Monetarisieren des Metaversums
- ◆ Entwickeln neuer disruptiver Fähigkeiten
- ◆ Verwalten multidisziplinärer Metaverse-Produktionsteams

### Modul 10. Aktuelles Panorama im Wettlauf um den Aufbau des zukünftigen Metaversums

- ◆ Erstellen einer definierten Struktur für die Funktionsweise und Anwendung des Metaversums in allen Bereichen, in denen es entwickelt werden soll
- ◆ Identifizieren der Möglichkeiten, die sich durch die Anwendung des Metaversums auf persönlicher, gesellschaftlicher und geschäftlicher Ebene ergeben
- ◆ Verinnerlichen der Herausforderungen in den Sektoren, die gezwungen sind, sich beim Eintauchen in das Metaversum anzupassen, und wie sie zu lösen sind, um die Vorteile zu finden und sie zu ihrem Vorteil zu nutzen
- ◆ Analysieren aller Faktoren, die sich psychologisch auf die Verwicklung Ihres Lebens in ein unwirkliches Universum auswirken können, um Grenzen zu ziehen
- ◆ Verbessern der bereits vorhandenen Ideen für das Metaversum und in der Lage sein, Lösungen für die Herausforderungen zu finden, die sich bei der Entwicklung des Metaversums ergeben
- ◆ Analysieren aller Akteure, Bereiche und Möglichkeiten, die bisher in der Idee des Metaversums angesprochen wurden
- ◆ In der Lage sein, auf die sozialen und psychologischen Auswirkungen des Metaversums zum gegenwärtigen Zeitpunkt zu reagieren und dieses Wissen als Grundlage für zukünftige Probleme in diesen Bereichen zu stärken

# 03

## Kompetenzen

Dieser Private Masterstudiengang in Management im Metaversum zielt darauf ab, die Fähigkeiten von Studenten der Informatik und anderer Disziplinen in diesem Bereich zu entwickeln, so dass sie in der Lage sind, Geschäftsmodelle im Metaversum, erweitert um die *Blockchain*, zu entwickeln. Um dies zu erreichen, werden die Studenten während ihres Studiums die *Gaming*- und *E-Sports*-Industrie als Weg zum Metaversum sowie die Geschäftsmodelle, die in diesem virtuellen Paradigma und dem Ökosystem, das es umgibt, existieren, untersuchen. Auf diese Weise erlangt der Spezialist theoretische und praktische Kenntnisse, die ihm die Entscheidungsfindung und Problemlösung im Bereich des Marketings im Cyberspace erleichtern.



“

*Sie verfügen nun über eine moderne, gemeinschaftsorientierte NFT-Qualifikation, die es Ihnen ermöglicht, mit Selbstvertrauen auf dem Kryptowährungsmarkt zu agieren"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- ◆ Untersuchen der Bedeutung von *Blockchain*-Werten in einer neuen virtuellen Welt
- ◆ Erforschen der Möglichkeiten, die die *Blockchain* uns als Nutzer des Metaversums bietet
- ◆ Begründen des Web 3.0 als Kernkomponente für die Schaffung eines Metaversums
- ◆ Bestimmen der Hindernisse und des Potenzials von VR und KI
- ◆ Gewinnen eines allgemeinen Verständnisses der traditionellen Finanzlandschaft, ihrer Unzulänglichkeiten und Stärken
- ◆ Bestimmen der Motivation für dezentralisierte Finanzen und die Lösungen, die sie bieten
- ◆ Gewinnen eines speziellen Verständnisses der aktuellen Technologielandschaft, wie sie für das Web 3.0 und das Metaversum gilt
- ◆ Entwickeln der Fähigkeit, fortgeschrittene Programmierkonzepte zu verstehen
- ◆ Ermitteln der einflussreichsten Videospiele der Geschichte bis hin zum Metaversum-Konzept
- ◆ Feststellen, wie Online-Multiplayer-Videospiele entstanden sind und was sie dazu beigetragen haben, als sie populär wurden und welche Erfahrungen sie heute auf virtuelle Umgebungen übertragen haben
- ◆ Entwickeln von Geschäftskapazitäten im Metaversum in verschiedenen Sektoren und Branchen
- ◆ Analysieren verschiedener Aktionen mit sozialer Wirkung, die in der realen Welt repliziert werden können
- ◆ Analysieren des Einflusses von *Opensource* auf die Entwicklung des Metaversum-Ökosystems
- ◆ Untersuchen der Rolle von *Communities* bei der Entwicklung des Ökosystems
- ◆ Strukturieren eines Marketingplans in einem neuen Universum
- ◆ Entwickeln von Marketingstrategien im Metaversum
- ◆ Erstellen einer definierten Struktur für die Funktionsweise und Anwendung des Metaversums in allen Bereichen, in denen es entwickelt werden soll
- ◆ Identifizieren der Möglichkeiten, die sich durch die Anwendung des Metaversums auf persönlicher, gesellschaftlicher und geschäftlicher Ebene ergeben





## Spezifische Kompetenzen

---

- ◆ Entschlüsseln von Geschäftsmöglichkeiten für Benutzer und Organisationen
- ◆ Navigieren vom Web 3.0 zum Metaversum
- ◆ Untersuchen der Gesetzgebung, die Metaversen zugrunde liegt
- ◆ Analysieren der verschiedenen Arten von digitalen Identitäten, die einem Metaversum zugrunde liegen
- ◆ Enträtseln der Rolle von Daten im Metaversum
- ◆ Transformieren von *Blockchain*-Anwendungen in Werte für Metaversum-Nutzer
- ◆ Entwickeln der grundlegenden Konzepte des dezentralen Finanzwesens
- ◆ Entdecken der Funktionsweise der wichtigsten Plattformen im Ökosystem
- ◆ Beurteilen der Möglichkeiten der Verbindung zwischen Plattformen und Anbietern im Metaversum-Ökosystem
- ◆ Verbessern der Projektionsfähigkeit der aktuellen Technologien in die Zukunft
- ◆ Unterscheiden zwischen interaktiven Erlebnissen und Spielen im Detail Ermitteln von Unterschieden zwischen den beiden Konzepten, um die Ziele zu definieren, die im Unternehmen erreicht werden sollen
- ◆ Anwenden der Werkzeuge, die die aktuelle Technologie bietet, um Synergien zwischen spezialisierten Märkten wie *E-Sports* und dem Metaverse zu schaffen
- ◆ Begründen, warum *Business to Avatar* das führende Geschäftsmodell für Marken ist
- ◆ Ermitteln der Vorteile und Herausforderungen, denen Marken bei der Nutzung des Metaversums gegenüberstehen
- ◆ Aussortieren der Teilnehmer des Ökosystems und Verstehen ihrer Funktion
- ◆ Eintauchen in Projekte, die Metaversen zusammen mit einem Ökosystem entwickeln
- ◆ Monetarisieren des Metaversums
- ◆ Entwickeln neuer disruptiver Fähigkeiten
- ◆ Verbessern der bereits vorhandenen Ideen für das Metaversum und in der Lage sein, Lösungen für die Herausforderungen zu finden, die sich bei der Entwicklung des Metaversums ergeben
- ◆ Reagieren auf die sozialen und psychologischen Implikationen des Metaversums in der Gegenwart und Stärkung dieses Wissens als Grundlage für zukünftige Probleme in diesen Bereichen



*Machen Sie sich mit der virtuellen Welt vertraut und lernen Sie die erfolgreichsten Geschäftsmodelle der letzten Jahre kennen. Meistern Sie mit TECH das Business to Avatar"*

# 04 Kursleitung

Auf der Suche nach akademischer Präzision hat die TECH Technologische Universität diesen Studiengang mit einem Expertenteam entwickelt, das den Studenten Kenntnisse in den Bereichen Web 3.0, Metaversum und *Blockchain* vermittelt. Die Dozenten dieses Studiengangs sind Experten in den Bereichen *Business Administration*, Marketing und Technologie und haben eigene Projekte im Bereich Management. Durch ihre Zusammenarbeit profitieren die Studenten nicht nur von einem qualitativ hochwertigen Lehrplan, sondern können auch ihre Erfahrungen im Metaversum diskutieren und austauschen und aus erster Hand von den unternehmerischen Erfahrungen der Dozenten lernen. Auf diese Weise werden die Studenten in der Lage sein, die neuesten Techniken und Strategien der *Gaming*-Industrie in ihre technologischen Leistungen zu integrieren.



“

*Warten Sie nicht länger, sondern holen Sie sich das verlässliche Wissen von Experten mit umfassender Erfahrung im Metaversum-Umfeld, die Sie bei der Nutzung von DeFi-Plattformen wie Featured By Binance anleiten werden"*

## Internationaler Gastdirektor

Andrew Schwartz ist ein Experte für **digitale Innovation** und **Markenstrategie**, der sich auf die Integration des **Metaversums** mit der **Geschäftsentwicklung** und **digitalen Plattformen** spezialisiert hat. Seine Interessen reichen von der **Erstellung von Inhalten** und dem **Management von Start-ups** bis hin zur Umsetzung von **Social-Media-Strategien** und der Aktivierung von großen Ideen. Während seiner gesamten Laufbahn hat er Projekte geleitet, die konkrete und messbare Ergebnisse erzielen und die Konvergenz zwischen **Technologie** und **Wirtschaft** nutzen sollten.

Während seiner beruflichen Laufbahn arbeitete er bei **Nike** als **Direktor für Metaverse Engineering** und leitete ein multidisziplinäres Team von Entwicklern, Designern und Datenwissenschaftlern, um das Potenzial des **Metaversums** in der Entwicklung der **digitalen und physischen Konnektivität** zu erforschen. In dieser Funktion hat er Strategien für die Entwicklung innovativer Produkte und Prozesse sowie **Web3-Tools** und **digitale Zwillinge** entwickelt, die die Interaktion der **Verbraucher** mit der **Marke** neu definiert haben. Er war auch als **Direktor für Erlebnisse von Sportmomenten** tätig.

Darüber hinaus hat er als **strategischer Berater** für **exponentielle Technologieinnovation** bei der **AI MINDSystems Foundation** mitgearbeitet, wo er zur Entwicklung **neuer Technologien** beigetragen und **Artikel** über die Auswirkungen des **Metaversums** und der **künstlichen Intelligenz** auf die Zukunft der **Wirtschaft** veröffentlicht hat. Seine Fähigkeit, **Trends** zu antizipieren, und sein strategischer Weitblick haben ihn zu einem einflussreichen Experten für die globale **digitale Transformation** gemacht.

Auf internationaler Ebene war er Vorreiter bei der Anwendung des **Metaversums** in der **Sport-** und **Handelsbranche** und hat an Projekten mitgewirkt, die ein Vorher und ein Nachher in Bezug auf das Verständnis der Beziehung zwischen **Technologie** und **Marke** darstellen. In diesem Sinne wurde seine Arbeit mit zahlreichen **Auszeichnungen** gewürdigt und hat seinen Ruf als Innovator, der konventionelle Grenzen in Frage stellt, gefestigt.



## Hr. Schwartz, Andres

---

- Direktor für Metaverse Engineering, Nike, Boston, USA
- Direktor für Erlebnisse von Sportmomenten bei Nike
- Strategischer Berater für exponentielle technologische Innovation bei der *AI MINDSystems Foundation*
- Direktor für Innovation bei Intralinks
- Leiter für digitale Produkte bei Blue Cross Blue Shield of Massachusetts
- Leiter der Abteilung für Inhaltsinnovation bei Leia Inc
- Direktor für Markenstrategie bei Interbrand
- Chief Development Officer und Leiter der Strata-G Internet Group bei Strata-G Communications
- Mitglied von:
  - *Blockchain*-Beirat an der Portland State University
  - Schulausschuss im Acton-Boxborough Regional School District

“

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

## Leitung



### Hr. Cavestany Villegas, Íñigo

- ♦ Co-Founder & Head of Ecosystem bei Second World
- ♦ Leiter Web3 und Gaming
- ♦ IBM Cloud Spezialist bei IBM
- ♦ Vorstandsmitglied von Netspot OTN, Velca und Poly Cashback
- ♦ Dozent an Wirtschaftsschulen wie der IE Business School oder IE Human Sciences and Technology
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft an der IE Business School
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmensentwicklung an der Autonomen Universität von Madrid
- ♦ IBM Cloud Spezialist
- ♦ Professionelle Zertifizierung als IBM Cloud Solution Advisor

## Professoren

### Hr. Cameo Gilabert, Carlos

- ♦ Gründer und Chief Technology Officer von SecondWorld
- ♦ Mitgründer von Netspot
- ♦ Mitgründer von Banc
- ♦ Technischer Leiter von Jovid
- ♦ Freiberuflicher Full Stack Entwickler
- ♦ Wirtschaftsingenieur der Polytechnischen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Datenwissenschaften an der Polytechnischen Universität von Madrid

### Hr. Ripoll López, Carlos

- ♦ Ingenieur und Spezialist für Betriebswirtschaft
- ♦ Gründer und CEO von SecondWorld
- ♦ Gründer von Netspot Hub
- ♦ Digitalization & Market Research bei Cantabria Labs
- ♦ Diplom-Ingenieur von der Europäischen Universität
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft von der IE Business School

**Hr. López-Gasco, Alejandro**

- ◆ Mitgründer von SecondWorld und Leiter des Metaversums
- ◆ Mitgründer von TrueSushi
- ◆ Führungskraft für Geschäftsentwicklung bei Amazon
- ◆ Hochschulabschluss in Recht und Marketing von der Universität Complutense von Madrid
- ◆ HSK4 Chinesisch von der Beijing Language and Culture University
- ◆ Masterstudiengang in M&A and Private Equity vom IEB
- ◆ Cross Border E-Commerce Bootcamp an der Shanghai Normal University

**Hr. Sánchez Temprado, Alberto**

- ◆ Project Manager bei SecondWorld
- ◆ Game Evaluation Manager bei Facebook
- ◆ Game Analyst bei PlayGiga
- ◆ Level Designer bei BlackChiliGoat Studio
- ◆ Game Designer bei Kalpa Games
- ◆ Hochschulabschluss in Audiovisuelle Kommunikation von der Universität Complutense von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Game Design von der Universität Complutense von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Film, Fernsehen und Audiovisuelle Kommunikation an der Universität Complutense von Madrid

**Hr. Casero García, Marco Antonio**

- ◆ Geschäftsführender Direktor bei SecondWorld
- ◆ Event Manager bei The Pokémon Company International
- ◆ Manager bei Metropolis Ab Alea SL
- ◆ PR Communication Manager bei Cereal Talent Café
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Universität Rey Juan Carlos
- ◆ EDV-Systemadministrator mit Spezialisierung auf Netzwerke
- ◆ Masterstudiengang in Handelsmanagement vom CEF Zentrum für Finanzstudien
- ◆ Masterstudiengang in Marketing vom CEF Zentrum für Finanzstudien

**Hr. Fernández Ansorena, Nacho**

- ◆ CMO und Mitgründer von SecondWorld
- ◆ Mitgründer und Digital Strategy Manager bei Polar Marketing
- ◆ Projektleiter bei PGS Comunicación
- ◆ Mitgründer und Development Manager bei weGroup Solutions
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management an der ESIC

# 05 Struktur und Inhalt

Die TECH Technologische Universität zeichnet sich im Hochschulbereich durch die Anwendung der innovativen *Relearning*-Methode aus. Dieses System ermöglicht es den Studenten, stundenlanges Auswendiglernen zu vermeiden, indem sie sich schrittweise und auf einfache Weise das gesamte Wissen des Metaversums aneignen. Eines der Ziele dieses Abschlusses ist es, das Studium für Fachleute zu erleichtern, ohne dabei die präzise und anspruchsvolle akademische Entwicklung zu vernachlässigen. Darüber hinaus bietet dieser private Masterstudiengang zahlreiche didaktische Hilfsmittel wie Videozusammenfassungen, Aktivitäten, Übungen zur Selbsteinschätzung und Simulationen realer Fälle, um nur einige zu nennen. Dies ist eine perfekte Gelegenheit für diejenigen, die sich mit der Entwicklung von Projekten in der virtuellen Welt beschäftigen möchten.







“

*Der Inhalt dieses privaten Masterstudiengangs wurde in einem Referenzhandbuch zusammengefasst, das während und nach dem Studium heruntergeladen werden kann"*

## Modul 1. Web 3.0. Grundlage des Metaversums

- 1.1. Internet. Von ARPAnet zu www
  - 1.1.1. ARPANET: Der militärische Ursprung des Webs
  - 1.1.2. Aktuelle Protokolle und Suchmaschinen
  - 1.1.3. Digitale Revolution. Soziale Netzwerke und E-Commerce
- 1.2. Vom Web 2.0 zum Web 3.0
  - 1.2.1. Interaktion und sozialer Charakter des Webs
  - 1.2.2. Paradigma der Dezentralisierung und Durchdringung
  - 1.2.3. Semantisches Web und künstliche Intelligenz
- 1.3. Web 3.0. Bewährte Verfahren
  - 1.3.1. Sicherheit und Datenschutz
  - 1.3.2. Transparenz und Dezentralisierung
  - 1.3.3. Geschwindigkeit und Zugänglichkeit
- 1.4. Web 3.0: Anwendungen
  - 1.4.1. Siri und neue Modelle von virtuellen Assistenten
  - 1.4.2. Wolfram Alpha oder die Web 3.0 Alternative zu Google
  - 1.4.3. *Second Life*. Fortgeschrittene 3D- Umgebungen
- 1.5. Die Rolle der Technologieunternehmen im Web 3.0
  - 1.5.1. Von Facebook bis Meta
  - 1.5.2. Hyperfinance und Unternehmen ohne CEO
  - 1.5.3. *Metaverse Standards Forum* und Web 5.0
- 1.6. Regulierung und Compliance im Web 3.0
  - 1.6.1. Regulierung und Compliance im Web 3.0
  - 1.6.2. Geschäftsmodelle für Nutzer und Organisationen
  - 1.6.3. Regulierung und Compliance
- 1.7. Web 3.0 in der Wirtschaft: Auswirkungen
  - 1.7.1. Auswirkungen von Web 3.0 auf Unternehmen
  - 1.7.2. Soziale Beziehungen zwischen Marken und Nutzern. Neues Umfeld
  - 1.7.3. *E-Commerce*, die nächste Stufe
- 1.8. Übergang zum Web 3.0. Neues Umfeld für soziale Beziehungen zwischen Marken und Nutzern
  - 1.8.1. Betrug und damit verbundene Risiken
  - 1.8.2. Neues soziales Beziehungsumfeld zwischen Marken und Nutzern
  - 1.8.3. Auswirkungen auf die Umwelt

- 1.9. Digitale Nomaden. Architekten des Web 3.0
  - 1.9.1. Neue Benutzer, neue Bedürfnisse
  - 1.9.2. Digitale Nomaden als Architekten des Web 3.0
  - 1.9.3. Web 3.0. Beiträge
- 1.10. Kein Web 3.0, kein Metaversum
  - 1.10.1. Web 3.0 und Metaversum
  - 1.10.2. Virtuelle Umgebung: exponentielle Technologien
  - 1.10.3. Web 3.0, Verbindung mit der physischen Welt: Erfolg

## Modul 2. Das Metaversum

- 2.1. Wirtschaft im Metaversum: Kryptowährungen und nicht fungible *Token* (NFTs)
  - 2.1.1. Kryptowährungen und NFTs. Grundlage der Wirtschaft des Metaversums
  - 2.1.2. Digitale Wirtschaft
  - 2.1.3. Interoperabilität für eine nachhaltige Wirtschaft
- 2.2. Metaversum & Web 3.0 im Bereich der Kryptowährungen
  - 2.2.1. Metaversum & Web 3.0
  - 2.2.2. Dezentralisierte Technologie
  - 2.2.3. Blockchain, die Grundlage von Web 3.0 und Metaversum
- 2.3. Fortgeschrittene Technologien für das Metaversum
  - 2.3.1. Erweiterte Realität und virtuelle Realität
  - 2.3.2. Künstliche Intelligenz
  - 2.3.3. IoT
- 2.4. Unternehmensführung: Internationale Gesetzgebung im Metaversum
  - 2.4.1. Die FED
  - 2.4.2. Gesetzgebung im Metaversum
  - 2.4.3. *Mining*
- 2.5. Digitale Identität für Personen, Vermögenswerte und Unternehmen
  - 2.5.1. Online-Reputation
  - 2.5.2. Schutz
  - 2.5.3. Auswirkungen der digitalen Identität auf die reale Welt
- 2.6. Neue Vertriebskanäle
  - 2.6.1. *Business to Avatar*
  - 2.6.2. Verbesserung der Nutzererfahrungen
  - 2.6.3. Produkte, Dienstleistungen und Inhalte in der gleichen Umgebung

- 2.7. Erlebnisse, die auf Idealen, Überzeugungen und Vorlieben basieren
  - 2.7.1. Künstliche Intelligenz als treibende Kraft
  - 2.7.2. Auf den Einzelnen zugeschnittene Erlebnisse
  - 2.7.3. Die Macht der Massenmanipulation
- 2.8. VR, AR, KI & IoT
  - 2.8.1. Fortgeschrittene Technologien. Erfolg des Metaversums
  - 2.8.2. Immersive Erfahrung
  - 2.8.3. Technologische Analyse. Verwendungen
- 2.9. Schlüsselaspekte des Metaversums: Präsenz, Interoperabilität, Standardisierung
  - 2.9.1. Interoperabilität. Erstes Gebot
  - 2.9.2. Standardisierung des Metaversums für einen reibungslosen Betrieb
  - 2.9.3. Metaversen des Metaversums
- 2.10. *Real Estate* im Metaversum
  - 2.10.1. Methode der Hebelwirkung im Metaversum
  - 2.10.2. Grenzenloser Handel in virtuellen Räumen
  - 2.10.3. Reduktion des Handels in physischen Räumen

### Modul 3. *Blockchain*: der Grundstein für den Aufbau eines dezentralen Metaversums

- 3.1. Bitcoin
  - 3.1.1. Satoshi Nakamoto
  - 3.1.2. Einfluss von Bitcoin auf den wirtschaftlichen, politischen und sozialen Kontext
  - 3.1.3. Das Bitcoin-Ökosystem: Anwendungsbeispiele
- 3.2. Öffentliche oder private Blockchains. Neues Governance-Modell
  - 3.2.1. Öffentliche oder private *Blockchains*
  - 3.2.2. *Blockchain*. Governance-Modell
  - 3.2.3. *Blockchain*. Anwendungsfälle
- 3.3. *Blockchain*. Der Wert der Daten
  - 3.3.1. Der Wert von Daten in einem neuen digitalen Paradigma
  - 3.3.2. Beitrag von *Blockchain* zu Daten und ihrem Wert
  - 3.3.3. Fortschrittliche Technologien für die Arbeit mit kontrollierten Daten
- 3.4. Dezentralisierung und Automatisierung des Metaversums
  - 3.4.1. Dezentralisierung und Automatisierung
  - 3.4.2. Technologische Antwort auf die Bedürfnisse der Nutzer
  - 3.4.3. Unternehmen der Zukunft

- 3.5. Das Governance-Modell des Metaversums durch DAOs
  - 3.5.1. Wert von DAOs für das Metaversum
  - 3.5.2. Die DAOs. Transparente Spielregeln für den Benutzer
  - 3.5.3. DAOs, die einen Wert für das Metaverse darstellen
- 3.6. Eigentum und Wert von digitalen Vermögenswerten und Tokenisierung
  - 3.6.1. Der Wert von (NFTs) *Non Fungible Tokens*
  - 3.6.2. Tokenisierung von physischen oder virtuellen Vermögenswerten
  - 3.6.3. Digitale Vermögenswerte im Metaversum. Anwendungsbeispiele
- 3.7. Die Wirtschaft des Metaversums
  - 3.7.1. Speichern und Tauschen von Werten mit Kryptowährungen
  - 3.7.2. Geschäftsmodelle für Nutzer und Organisationen
  - 3.7.3. Metaversum Finanzen mit *Blockchain* als Grundlage
- 3.8. Digitale Identität
  - 3.8.1. Digitale Identitätszertifizierung
  - 3.8.2. Avatare im Metaversum
  - 3.8.3. Digitale Identität von Benutzern und Organisationen
- 3.9. *Smart Contracts*, DApps und das Kryptoversum
  - 3.9.1. Reale Welt vs. Virtuelle Welt. Ihre Aktivitäten neu erfinden
  - 3.9.2. Dezentralisierte Anwendungen
  - 3.9.3. *Blockchain* angewendet Neues Universum der Möglichkeiten
- 3.10. Das Metaversum. Das neue Internet
  - 3.10.1. Das Internet durch das Metaversum neu erfinden
  - 3.10.2. Neues wirtschaftliches und soziales Umfeld
  - 3.10.3. Verbindung von physischer und virtueller Welt

### Modul 4. Dezentralisierte Finanzen und Investitionen (DeFi) im Metaversum

- 4.1. Dezentrale Finanzen (DeFi) im Metaversum
  - 4.1.1. Dezentrale Finanzen
  - 4.1.2. Finanzen in einer dezentralisierten Umgebung
  - 4.1.3. Umsetzung der dezentralen Finanzierung
- 4.2. Fortgeschrittene Finanzkonzepte angewandt auf DeFi
  - 4.2.1. Geldmenge und Inflation
  - 4.2.2. Volumen- und Margengeschäft
  - 4.2.3. Sicherheiten und Rendite

- 4.3. DeFi-Geschäftsmodelle, angewandt auf Metaversum
  - 4.3.1. *Lending* und *Yield Farming*
  - 4.3.2. Zahlungssysteme
  - 4.3.3. Bank- und Versicherungsdienstleistungen
- 4.4. DeFi-Plattformen angewandt auf Metaversum
  - 4.4.1. DEXes
  - 4.4.2. *Wallets*
  - 4.4.3. Analyse-Tools
- 4.5. *Cash Flow* in DeFi-Projekten mit Fokus auf das Metaversum
  - 4.5.1. *Cash Flow* in DeFi-Projekten
  - 4.5.2. Quellen des *Cash Flows*
  - 4.5.3. Volumen vs. Gewinnspanne
- 4.6. *Token Economics*. Gewinn im Metaversum
  - 4.6.1. *Token Economics*
  - 4.6.2. *Token*-Nutzwert
  - 4.6.3. *Token*-Nachhaltigkeit
- 4.7. DeFi Governance mit Schwerpunkt auf dem Metaversum
  - 4.7.1. DeFi-Governance
  - 4.7.2. Governance-Modelle
  - 4.7.3. DAO
- 4.8. Die Bedeutung von DeFi im Metaversum
  - 4.8.1. Synergieeffekte zwischen DeFi und Metaversum
  - 4.8.2. Wert von DeFi im Metaversum
  - 4.8.3. Wachstum des Metaversums durch DeFi
- 4.9. DeFi im Metaversum. Anwendungsfälle
  - 4.9.1. DeFi im Metaversum. Anwendungsbeispiele
  - 4.9.2. Native Geschäftsmodelle von Web3
  - 4.9.3. Hybride Geschäftsmodelle
- 4.10. Zukünftige DeFi im Metaversum
  - 4.10.1. Relevante Akteure
  - 4.10.2. Linien der Entwicklung
  - 4.10.3. Masseneinführung



## Modul 5. Fortgeschrittene Technologien für die Entwicklung des Metaversums

- 5.1. Stand der Technik bei der Entwicklung des Metaversums
  - 5.1.1. Technische Aspekte für das Web 2.0
  - 5.1.2. Technologien zur Unterstützung des Metaversums
  - 5.1.3. Technische Aspekte für das Web 3.0
- 5.2. Entwicklungsumgebung, Programmiersprachen und Web 2.0-Frameworks
  - 5.2.1. Web 2.0 Entwicklungsumgebungen
  - 5.2.2. Web2 Programmiersprache
  - 5.2.3. Web2-Frameworks
- 5.3. Entwicklungsumgebung, Programmiersprachen und Web 3.0 Frameworks
  - 5.3.1. Web2 Entwicklungsumgebungen
  - 5.3.2. Web2 Programmiersprache
  - 5.3.3. Web2-Frameworks
- 5.4. Orakel und *MultiChain*
  - 5.4.1. Onchain vs. *Offchain*
  - 5.4.2. Interoperabilität
  - 5.4.3. Multichain
- 5.5. Grafik-Engines und 3D-Design-Software
  - 5.5.1. CPU vs. GPU
  - 5.5.2. Grafik-Engines
  - 5.5.3. 3D-Design-Software
- 5.6. Geräte und Plattformen
  - 5.6.1. Videospiele-Hardware
  - 5.6.2. Plattformen
  - 5.6.3. Gegenwärtige Wettbewerbslandschaft
- 5.7. *Big Data* und künstliche Intelligenz im Metaversum
  - 5.7.1. Datenwissenschaft. Daten in Informationen umwandeln
  - 5.7.2. *Big Data*. Strategie für den Lebenszyklus von Daten im Metaversum
  - 5.7.3. Künstliche Intelligenz. Personalisierung von Benutzererfahrungen
- 5.8. Erweiterte Realität, virtuelle Realität und gemischte Realität im Metaversum
  - 5.8.1. Alternative Realitäten
  - 5.8.2. Erweiterte Realität vs. Virtuelle Realität
  - 5.8.3. Gemischte Realität

- 5.9. *Internet of Things* und 3D-Rekonstruktion
  - 5.9.1. 5G und Telekommunikationsnetzwerke
  - 5.9.2. *Internet of Things*
  - 5.9.3. 3D-Rekonstruktion
- 5.10. Zukunft der Technologie. Metaversum DE 2050
  - 5.10.1. Technologische Barrieren
  - 5.10.2. Entwicklungspfade
  - 5.10.3. Metaversum von 2050

## Modul 6. *Gaming*-Industrie und *E-Sports* als Tor zum Metaversum

- 6.1. Das Metaversum durch Videospiele
  - 6.1.1. Interaktive Erfahrungen
  - 6.1.2. Wachstum und Etablierung des Marktes
  - 6.1.3. Reife der Branche
- 6.2. Der Nährboden des Metaversums von heute
  - 6.2.1. MMOs
  - 6.2.2. *Second Life*
  - 6.2.3. *PlayStation Home*
- 6.3. Multiplattform-Metaversum. Massive Revolution des Konzepts
  - 6.3.1. Neal Stephenson und sein Werk *Snow Crash*
  - 6.3.2. Von der Science-Fiction zur Realität
  - 6.3.3. Mark Zuckerberg Meta. Die massive Revolution des Konzepts
- 6.4. Stand der Videospieleindustrie. Plattformen oder Kanäle des Metaversums
  - 6.4.1. Zahlen der Videospieleindustrie
  - 6.4.2. Plattformen oder Kanäle des Metaversums
  - 6.4.3. Wirtschaftliche Prognosen für die kommenden Jahre
  - 6.4.4. Wie lässt sich die hervorragende Verfassung der Branche am besten ausnutzen?
- 6.5. Geschäftsmodelle: F2P vs. *Premium*
  - 6.5.1. *Free to play* oder F2P
  - 6.5.2. *Premium*
  - 6.5.3. Hybride Modelle. Alternative Vorschläge

- 6.6. Play to Earn
  - 6.6.1. Der Erfolg von CryptoKitties
  - 6.6.2. Axie Infinity. Andere Erfolgsgeschichten
  - 6.6.3. Die Abschaffung von *Play to Earn* und die Gründung von *Play & Earn*
- 6.7. *GameFi*: Spieler-Investor-Paradigma
  - 6.7.1. *GameFi*
  - 6.7.2. Videospiele als Arbeit
  - 6.7.3. Unterbrechung des klassischen Modells der Unterhaltung
- 6.8. Das Metaversum im klassischen Ökosystem der Industrie
  - 6.8.1. Vorurteile der Fans, verallgemeinertes schlechtes Image
  - 6.8.2. Technologische und Umsetzungsschwierigkeiten
  - 6.8.3. Mangelnde Reife
- 6.9. Metaversum: Interaktivität vs. Spielbare Erfahrung
  - 6.9.1. Interaktive Erfahrung und spielbare Erfahrung
  - 6.9.2. Arten von Erfahrungen im aktuellen Metaversum
  - 6.9.3. Perfektes Gleichgewicht zwischen den beiden
- 6.10. Metaversum für *E-Sports*
  - 6.10.1. Wachstumsschwierigkeiten für Teams
  - 6.10.2. Metaversum: Immersive Erfahrungen, Gemeinschaften und exklusive Clubs
  - 6.10.3. Monetarisierung der Nutzer durch *Blockchain*-Technologie

## Modul 7. Geschäftsmodelle. Anwendungsfälle im Metaversum

- 7.1. Das Metaversum, ein Geschäftsmodell
  - 7.1.1. Das Metaversum als Geschäftsmodell
  - 7.1.2. Risiken
  - 7.1.3. Änderungen der Gewohnheiten
- 7.2. Marketing- und Werbeinstrumente im Metaversum
  - 7.2.1. AR&AI. Marketing-Revolution
  - 7.2.2. VR-Marketing
  - 7.2.3. Video-Marketing
  - 7.2.4. Live-Übertragung

- 7.3. Virtuelle Räume für Unternehmen
  - 7.3.1. Verbindung der realen Welt mit der virtuellen Welt
  - 7.3.2. Metaversum und Unternehmen. Virtuelle Räume für Unternehmen
  - 7.3.3. Einfluss und Ansehen von Marken
- 7.4. Metaversum: Bildung und disruptives Lernen. Anwendung in der Industrie
  - 7.4.1. E-Learning
  - 7.4.2. Interoperabilität der Ausbildung
  - 7.4.3. Web 3 und Metaversum. Die Revolution auf dem Arbeitsmarkt
- 7.5. Die Revolution im Tourismus- und Kultursektor
  - 7.5.1. VR& AR. Neues Konzept des Reisens
  - 7.5.2. Auswirkungen auf die reale und virtuelle Welt
  - 7.5.3. Beseitigung geografischer Barrieren
- 7.6. Kommerzialisierung von Produkten und Dienstleistungen durch die Verbindung der realen Welt mit der virtuellen Welt und umgekehrt
  - 7.6.1. Schaffung neuer Vertriebskanäle
  - 7.6.2. Verbesserung der Benutzererfahrung im Kaufprozess
  - 7.6.3. Konsum von Inhalten
- 7.7. Ereignisse im Metaversum durch virtuelle Umgebungen
  - 7.7.1. Netzwerk der Inhalte
  - 7.7.2. Neue Kommunikationswege in der Interaktion
  - 7.7.3. Unbegrenzte Reichweite
- 7.8. Datenverwaltung und Sicherheit im Metaversum
  - 7.8.1. Verwaltung und Sicherheit. Datenschutz
  - 7.8.2. Interoperabilität der Daten
  - 7.8.3. Rückverfolgbarkeit
- 7.9. Visuelle SEO. Online-Positionierung
  - 7.9.1. AI, die Grundlage der neuen Positionierung
  - 7.9.2. Mehrwert für das Publikum
  - 7.9.3. Einzigartige und personalisierte Inhalte
- 7.10. DAO im Metaversum
  - 7.10.1. Unterstützung auf dem *Blockchain*
  - 7.10.2. Governance und Entscheidungsbefugnis
  - 7.10.3. Loyalität der Gemeinschaft

## Modul 8. Ökosystem und Hauptakteure im Metaversum

- 8.1. Offene Innovations-Ökosysteme in der Metaversum-Industrie
  - 8.1.1. Zusammenarbeit bei der Entwicklung von offenen Ökosystemen
  - 8.1.2. Offene Innovationsökosysteme in der Metaversum-Industrie
  - 8.1.3. Einfluss von Ökosystemen auf das Wachstum des Metaversums
- 8.2. *Open-Source*-Projekte. Katalysatoren für die technologische Entwicklung
  - 8.2.1. *Open Source* als Beschleuniger von Innovationen
  - 8.2.2. Integration von *Open-Source*-Projekten. Ein vollständiger Überblick
  - 8.2.3. Offene Standards und Technologien als Beschleuniger
- 8.3. Web 3.0-Gemeinschaften
  - 8.3.1. Der Prozess der Schaffung und Entwicklung von Gemeinschaften
  - 8.3.2. Beitrag von Gemeinschaften zum technologischen Fortschritt
  - 8.3.3. Die wichtigsten Web 3.0-Communities
- 8.4. Netzwerke und soziale Beziehungen im Internet
  - 8.4.1. Technologien, die neue Formen der Beziehung zueinander ermöglichen
  - 8.4.2. Physische und digitale Umgebungen für den Aufbau von Web 3.0-Gemeinschaften
  - 8.4.3. Die Entwicklung von sozialen Netzwerken des Web 2.0 zum Web 3.0
- 8.5. Nutzer, Unternehmen und Ökosystem. Fortschritte im Metaversum
  - 8.5.1. Metaversen mit einer Web 3.0-Vision
  - 8.5.2. Unternehmen, die in das Metaversum investieren
  - 8.5.3. Das Ökosystem, das es ermöglicht, eine Komplettlösung anzubieten
- 8.6. Ersteller von Inhalten im Metaversum
  - 8.6.1. Digitale Nomaden
  - 8.6.2. Unternehmen, die einen neuen Kanal für Kundenbeziehungen aufbauen
  - 8.6.3. *Influencer, Streamers oder Gamer als Early Adopters*
- 8.7. Anbieter von Erfahrungen im Metaversum
  - 8.7.1. Neu erfundene Vertriebskanäle
  - 8.7.2. Immersive Erlebnisse
  - 8.7.3. Faire und transparente Anpassung
- 8.8. Dezentralisierung und technologische Infrastruktur im Metaversum
  - 8.8.1. Verteilte und dezentralisierte Technologien
  - 8.8.2. Proof of Work vs. Proof of Stake
  - 8.8.3. Wichtige Technologieebenen für die Entwicklung des Metaversums

- 8.9. Menschliche Schnittstelle, elektronische Geräte, die das Metaversum erlebbar machen
  - 8.9.1. Das Erlebnis, das die bestehenden technologischen Geräte bieten
  - 8.9.2. Fortgeschrittene Technologien im Metaversum
  - 8.9.3. Erweiterte Realität (XR) als Eintauchen in das Metaversum
- 8.10. Inkubatoren, Beschleuniger und Investitionsvehikel im Metaversum
  - 8.10.1. Inkubatoren und Acceleratoren für die Unternehmensentwicklung im Metaversum
  - 8.10.2. Finanzierung und Investitionen im Metaversum
  - 8.10.3. Anziehen von *Smart Capital*

## Modul 9. Marketing im Metaversum

- 9.1. Das Metaversum. Neue Plattform für den Konsum von Werbeinhalten
  - 9.1.1. Der Urknall: Der Ursprung der Werbung
  - 9.1.2. Serotonin: der Motor, der Avatare bewegt
  - 9.1.3. Unmittelbarkeit, ein neues Maß für Zufriedenheit
- 9.2. Umleitung des Verkehrs auf Metaversum: Übergang von *Funnel*- zu Konversionsatmosphären
  - 9.2.1. Werbung als ein Molekül, das digitale Ökosysteme umhüllt
  - 9.2.2. Bewohner eines Metaversums
  - 9.2.3. Endosphäre des Metaversums
- 9.3. Umwandlung des Metaversums: Monetarisierung der Atmosphären
  - 9.3.1. Rentabilität
  - 9.3.2. Bekanntheit, Konversion, *Retargeting* und Loyalität
  - 9.3.3. Einkaufen: der Treibstoff des Metaversums
- 9.4. Werbemittelbarrieren Traditionell vs. Metaversum
  - 9.4.1. Traditionelle Werbung. Medien
  - 9.4.2. Metaversum: dreidimensionaler Medienkreislauf
  - 9.4.3. Wandel der Werbetraditionen
- 9.5. Der *Funnel* des Metaversums: ein dreidimensionaler Trichter
  - 9.5.1. Kontakte
  - 9.5.2. Interessenten
  - 9.5.3. Kunden

- 9.6. KPIs im Metaversum: Messung der Wirkung von Werbung in einem immersiven Raum
    - 9.6.1. Aufmerksamkeit
    - 9.6.2. Interesse
    - 9.6.3. Entscheidung
    - 9.6.4. Aktion
    - 9.6.5. Erinnerung
  - 9.7. Werbung im Metaversum
    - 9.7.1. Die digitale Entwicklung der Sinne im Metaversum: Die Täuschung des Geistes
    - 9.7.2. Benutzer durch noch nie dagewesene dreidimensionale Erfahrungen fesseln
    - 9.7.3. Neue dreidimensionale Medien
  - 9.8. NFTs: die neuen Treueclubs
    - 9.8.1. Loyalität kaufen
    - 9.8.2. Angenommene Exklusivität
    - 9.8.3. Die NFT als Identifikationsmerkmal im Metaversum
  - 9.9. Verbrauchererfahrungen im Metaversum
    - 9.9.1. Das Produkt näher an den Kunden heranbringen
    - 9.9.2. Grenzen dreidimensionaler Umgebungen: die 6 Sinne
    - 9.9.3. Kontrollierte Umgebungen generieren
  - 9.10. Marketing-Erfolgsgeschichten im Metaversum
    - 9.10.1. Avatares
    - 9.10.2. Wirtschaft
    - 9.10.3. Gaming
- Modul 10. Aktuelles Panorama im Wettlauf um den Aufbau des zukünftigen Metaversums**
- 10.1. Vision der *Player* vom Metaversum
    - 10.1.1. Umsetzung des Metaversums in den aktuellen Strukturen
    - 10.1.2. Unternehmen, die ein Metaversum entwickeln
    - 10.1.3. Unternehmen, die im Metaversum Fuß gefasst haben
  - 10.2. Digitale Identität und die sozialen und ethischen Implikationen des Metaversums
    - 10.2.1. Digitale Identität im Metaversum
    - 10.2.2. Soziale Implikationen
    - 10.2.3. Ethische Implikationen
  - 10.3. Metaversum jenseits von *Gaming*
    - 10.3.1. Das Spiel als Kontaktpunkt
    - 10.3.2. Sektoren, die bleiben werden
    - 10.3.3. Neuerfindung bestimmter Unternehmen
  - 10.4. Arbeits- und Berufsumfeld im Metaversum
    - 10.4.1. Identifizierung von Beschäftigungsmöglichkeiten im Metaversum
    - 10.4.2. Neue Karrierewege
    - 10.4.3. Anpassung der derzeitigen Arbeitsplätze an das Metaversum
  - 10.5. Neuromarketing im Metaversum
    - 10.5.1. Verbraucherverhalten im Metaversum
    - 10.5.2. Erlebnismarketing
    - 10.5.3. Neuromarketing-Strategien im Metaversum
  - 10.6. Metaversum und Cybersicherheit
    - 10.6.1. Betroffene Bedrohungen
    - 10.6.2. Identifizierung von Veränderungen der digitalen Sicherheit im Metaversum
    - 10.6.3. Tatsächliche Cybersicherheit im Metaversum
  - 10.7. Emotionale und psychologische Auswirkungen der Erfahrung im Metaversum. Bewährte Verfahren
    - 10.7.1. Sich an eine neue Erfahrung anpassen
    - 10.7.2. Nebenwirkungen der Interaktion mit dem Metaversum
    - 10.7.3. Bewährte Praktiken im Metaversum
  - 10.8. Anpassung der Legalität an das Metaversum
    - 10.8.1. Aktuelle rechtliche Herausforderungen im Metaversum
    - 10.8.2. Erforderliche rechtliche Änderungen
    - 10.8.3. Verträge, geistiges Eigentum und andere Arten von Beziehungen
  - 10.9. Kurz-, mittel- und langfristige *Roadmap* für das Metaversum
    - 10.9.1. Kurzfristige *Roadmap*
    - 10.9.2. Mittelfristige *Roadmap*
    - 10.9.3. Langfristige *Roadmap*
  - 10.10. Metaversum, ein Paradigma für die Zukunft
    - 10.10.1. Eine einzigartige Wachstumschance
    - 10.10.2. Spezialisierung im Metaversum
    - 10.10.3. Monetarisierung der Virtualität der Zukunft





“

*Mit dieser Qualifikation haben Sie Zugang zum gesamten Wissen des Metaversums und können sich mit allen Garantien in den digitalen Arbeitsmarkt integrieren"*

# 06 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"*

## 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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"*



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



*Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.*

## 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 Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Informatikschulen 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 konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Kurses 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.

*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 zu spezialisieren. 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 spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.

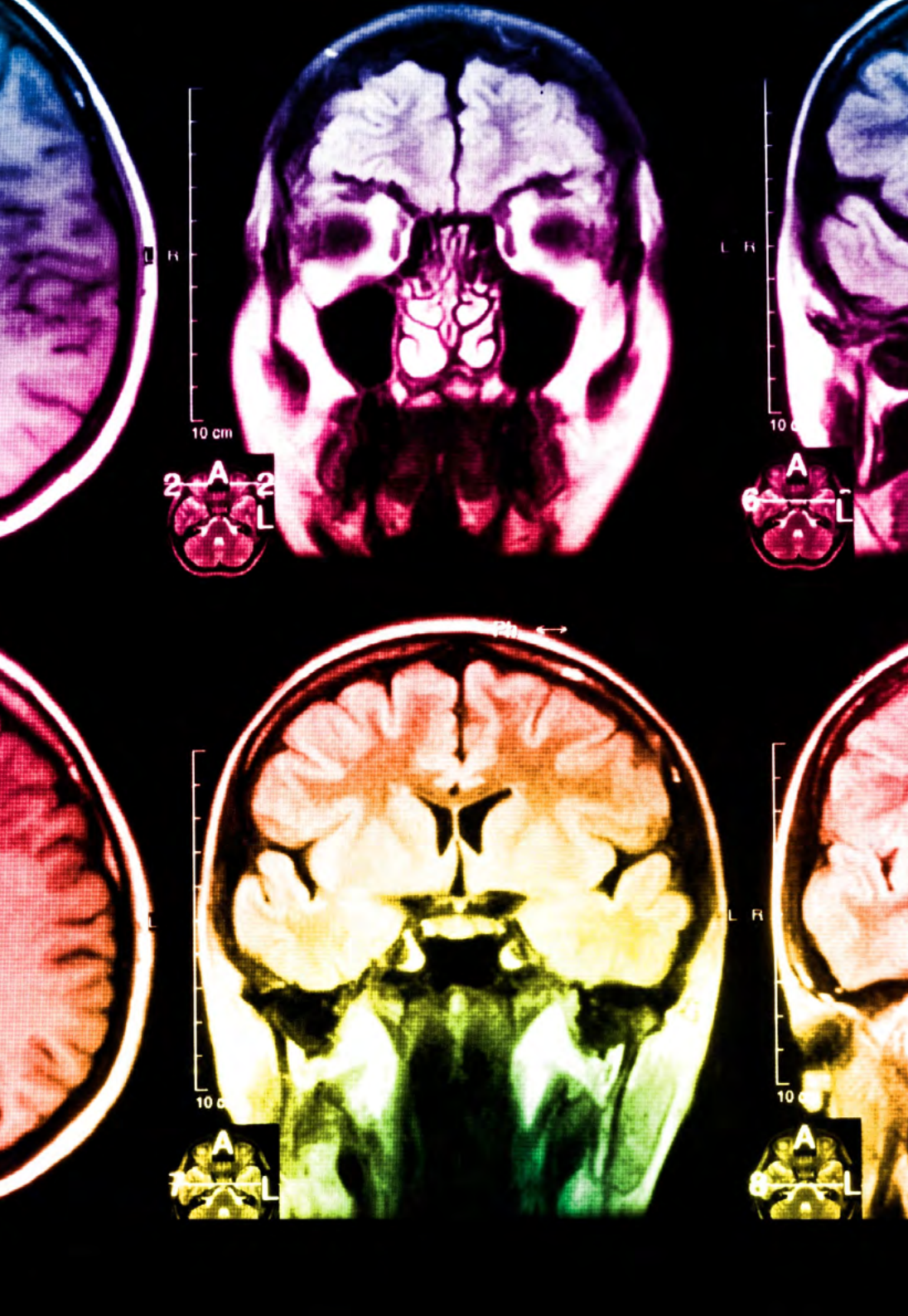


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente 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 für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten 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 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. 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.



#### 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.



07

# Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Management im Metaversum 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 **Privater Masterstudiengang in Management im Metaversum** 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: **Privater Masterstudiengang in Management im Metaversum**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 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

## Privater Masterstudiengang Management im Metaversum

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Privater Masterstudiengang Management im Metaversum

