

Universitätskurs Industrielles Marketing



tech technologische
universität

Universitätskurs Industrielles Marketing

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/ingenieurwissenschaften/universitatskurs/industrielles-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Der Erwerb von Fachkenntnissen im Bereich des Industriemarketings ist in Anbetracht des globalisierten Marktes, in dem Industrieunternehmen tätig sind, für Ingenieure von großem Vorteil. Dieses Programm von TECH gibt den Studenten die Möglichkeit, sich zu echten Marketingexperten zu entwickeln und Strategien zur Segmentierung und Positionierung zu entwickeln, um die Kundenbindung zu stärken. Ein erstklassiges Programm, das in den Lebensläufen der Ingenieure eine zentrale Rolle spielen wird.



“

*Dieser Universitätskurs wird Sie lehren,
wie Sie eine wettbewerbsfähige Marke
schaffen, die auf einem globalisierten Markt
wie dem der Industrie erfolgreich sein kann"*

Um im industriellen Umfeld erfolgreich konkurrieren zu können und jene Geschäftsbeziehungen zu entwickeln, die das Wachstum des Unternehmens begünstigen, ist es notwendig, Marketingmaßnahmen durchzuführen, um die Produkte bekannt zu machen, und zwar auf wirksame Art und Weise. Auf diese Weise ermöglichen es die verschiedenen Marketingstrategien den Unternehmen, ihre Werbekampagnen auf die Zielgruppen auszurichten, die sich für das Produkt oder die Marke interessieren, und so zufriedenstellendere Endergebnisse zu erzielen.

Die Berücksichtigung des Zeitpunkts und des Ablaufs des Kaufs, der am Erwerb interessierten Parteien, der Komplexität der Angebote, der geringeren Anzahl von Kauf- und Verkaufsvorgängen, die jedoch ein größeres Volumen haben, usw. sind grundlegende Aspekte, die bei der Durchführung von Marketingmaßnahmen für Industrieunternehmen oder Business-to-Business-Unternehmen berücksichtigt werden müssen. Daher sind fortgeschrittene Kenntnisse auf diesem Gebiet von großem Wert für die Fortbildung von Ingenieuren.

Dieses Programm bietet einen detaillierten Überblick über die verschiedenen Bereiche, die an diesem Prozess beteiligt sind: Planung, Positionierung, Markenkraft, Verkaufspersonal, Kundenbeziehungen und das Vertriebsnetz im Industriesektor, um die Entwicklung und Fortbildung der Studenten zu verbessern und zu vervollständigen.

Darüber hinaus hat dieser Universitätskurs den Vorteil, dass er zu 100% online abgewickelt wird, was es den Studenten ermöglicht, ihre Studienzeit frei einzuteilen, nicht an feste Zeiten gebunden zu sein oder sich an einen anderen Ort begeben zu müssen, zu jeder Tageszeit auf alle Inhalte zugreifen zu können und ihr Arbeits- und Privatleben mit ihrem akademischen Leben zu vereinbaren.

Dieser **Universitätskurs in Industrielles Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung praktischer Fallstudien, die von technischen Experten vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im industriellen Marketing
- ♦ 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



Marketing ist in den heutigen Unternehmen sehr wertvoll geworden, so dass Ihre Fortbildung in diesem Bereich Ihnen die Türen zu einer boomenden Arbeitswelt öffnen wird"

“ *In diesem Universitätskurs werden Sie eine Vielzahl von praktischen Ressourcen und Übungen zur Selbsteinschätzung finden, mit denen Sie Ihren Lernprozess verbessern können* ”

Das Dozententeam besteht aus Fachleuten aus dem Bereich der Ingenieurwissenschaften, die ihre Berufserfahrung in dieses Programm einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen es den Fachleuten, in einem situierten und kontextbezogenen Umfeld zu lernen, d. h. in einer simulierten Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf reale Situationen zugeschnitten ist.

Das Konzept dieses Studiengangs basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem die Studenten versuchen müssen, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die ihnen im Laufe des Studiums gestellt werden. Zu diesem Zweck werden die Studenten von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

TECH ist eine Universität des 21. Jahrhunderts und setzt auf die innovativsten Lehrmethoden, die es auf dem Markt gibt.

Ein 100%iges Online-Programm, das für die Fortbildung während Ihrer Berufstätigkeit unerlässlich ist.



02 Ziele

Dieser Universitätskurs von TECH wird den Ingenieuren die Schlüssel zur Anwendung der wichtigsten Techniken und Strategien des industriellen Marketings vermitteln. Nach Abschluss des Universitätskurses werden die Studenten in der Lage sein, die Marke ihres Unternehmens zu kreieren und sie in einem hart umkämpften Markt zu positionieren. Daher wird dieses Studium ein grundlegender Bestandteil ihres akademischen Lehrplans sein und sie mit den notwendigen Fähigkeiten ausstatten, um in einem boomenden Sektor erfolgreich zu sein.





“

Wenn Sie die Ziele des Industriellen Marketings verstehen, können Sie die für die Interessen Ihres Unternehmens am besten geeigneten Strategien anwenden”



Allgemeine Ziele

- ◆ Bestimmen der Schlüssel für ein effektives Marketing auf dem Industriemarkt
- ◆ Entwickeln eines kommerziellen Managements, um gewinnbringende und dauerhafte Beziehungen zu Kunden aufzubauen
- ◆ Generieren von Fachwissen, um in einem globalisierten und zunehmend komplexen Umfeld wettbewerbsfähig zu sein

“

Dank dieses Programms werden Sie die Besonderheiten des Industriellen Marketings kennen lernen und sich in einem wettbewerbsintensiven Bereich profilieren können"





Spezifische Ziele

- ◆ Bestimmen der Besonderheiten des Marketings im Industriesektor
- ◆ Analysieren, was ein Marketingplan ist, die Bedeutung der Planung, der Festlegung von Zielen und der Entwicklung von Strategien
- ◆ Untersuchen der verschiedenen Techniken zur Beschaffung von Informationen und zum Lernen vom Markt im industriellen Umfeld
- ◆ Umgehen mit Positionierungs- und Segmentierungsstrategien
- ◆ Bewerten des Werts von Dienstleistungen und der Kundenloyalität
- ◆ Ermitteln der Unterschiede zwischen Transaktionsmarketing und Beziehungsmarketing auf den Industriemärkten
- ◆ Wertschätzen der Macht der Marke als strategisches Gut in einem globalisierten Markt
- ◆ Anwenden industrieller Kommunikationsmittel
- ◆ Bestimmen der verschiedenen Vertriebskanäle von Industrieunternehmen, um eine optimale Vertriebsstrategie zu entwickeln
- ◆ Thematisieren der Bedeutung des Verkaufspersonals auf den Industriemärkten

03

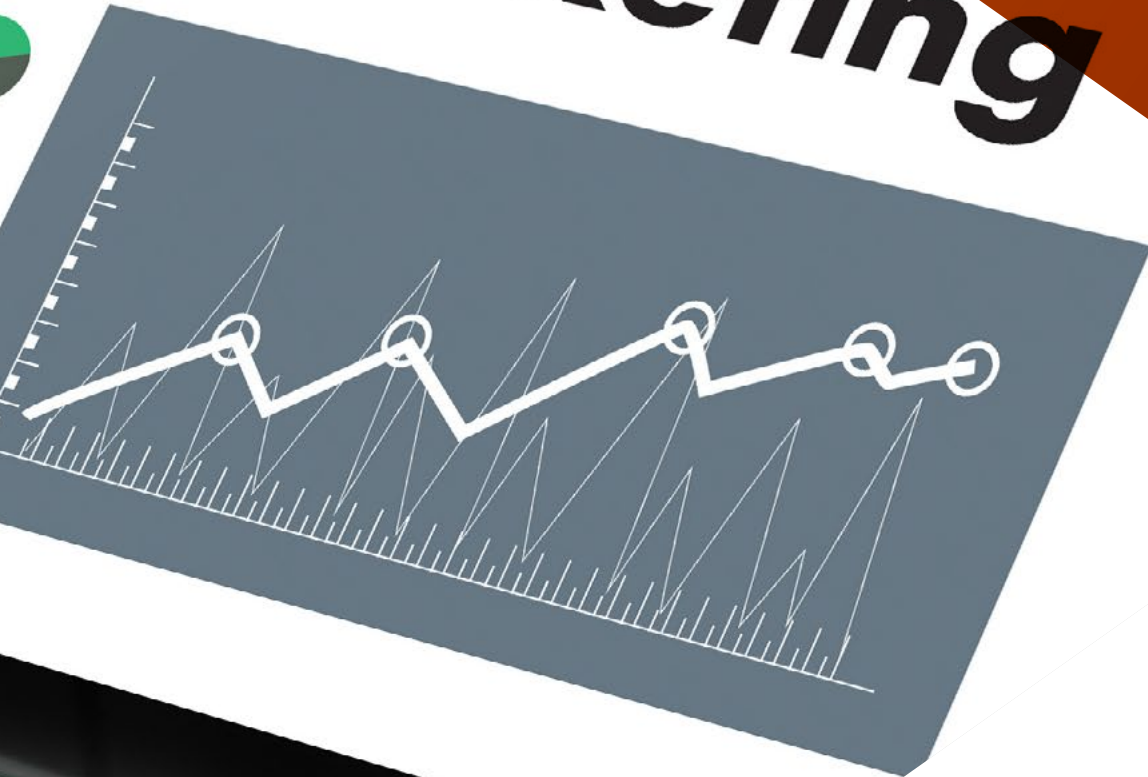
Kursleitung

Die Dozenten dieses Universitätskurses von TECH sind Fachkräfte mit umfassender Erfahrung in der Branche sowie in Lehre und Forschung, die einen großen Teil ihrer beruflichen Laufbahn der Spezialisierung auf elektronische Leistungsumrichter gewidmet haben. Menschen, die wissen, wie wichtig es ist, qualitativ hochwertige Programme für Ingenieure anzubieten, um ihre Fähigkeiten zu verbessern und sie in ihrem Bereich kompetenter zu machen, und die sich zu diesem Zweck zusammengetan haben, um das beste Programm der aktuellen akademischen Szene zu schaffen.



B2B Marketing

Kursleitung | 13 **tech**



“

Die Spezialisten für industrielles Marketing werden Ihnen die Schlüssel zum Erfolg in diesem Bereich an die Hand geben"

Leitung



Fr. Casares Andrés, María Gregoria

- ♦ Außerordentliche Professorin Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Informatik Polytechnische Universität von Madrid
- ♦ Forschungsleistung Polytechnische Universität von Madrid
- ♦ Forschungsleistung Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Evaluatorin und Entwicklerin von OCW-Kursen Universität Carlos III von Madrid
- ♦ INTEF-Kursbetreuerin
- ♦ Technische Unterstützung der Bildungsbehörde Generaldirektion für Zweisprachigkeit und Bildungsqualität der Region von Madrid
- ♦ Sekundarschullehrerin mit Schwerpunkt Informatik
- ♦ Außerordentliche Professorin an der Päpstlichen Universität Comillas
- ♦ Expertin für den Unterricht in der Region von Madrid
- ♦ IT-Analystin/Projektleiterin Bank Urquijo
- ♦ IT-Analystin ERIA



Fr. Escandel Varela, Lorena

- ◆ Technische Unterstützung der Forschung im Rahmen des genannten Projekts: "System für die Bereitstellung und den Konsum von HD-Multimedia-Inhalten in kollektiven Personenbeförderungsmitteln auf der Grundlage der LIFI-Technologie für die Datenübertragung". An der Universität Carlos von Madrid
- ◆ Spezialistin für Informatik, bei Emprestur, Ministerium für Tourismus, Kuba
- ◆ Spezialistin für Informatik, bei UNE, Energieunternehmen, Kuba
- ◆ IT- und Kommunikationsspezialistin, Almacenes Universales S.A., Kuba
- ◆ Funkkommunikationsspezialistin auf dem Luftwaffenstützpunkt Santa Clara, Kuba
- ◆ Ingenieurin für Telekommunikation und Elektronik an der Zentralen Universität "Marta Abreu" von Las Villas, Santa Clara, Kuba
- ◆ Masterstudiengang in Elektronische Systeme und ihre Anwendungen an der Universität Carlos III von Madrid: Campus von Leganés, Madrid
- ◆ Doktorandin im Fachbereich Elektrotechnik, Elektronik und Automatisierungstechnik, Abteilung für elektronische Technologie. Universität Carlos III von Madrid: Campus von Leganés

04

Struktur und Inhalt

Der Universitätskurs in Industrielles Marketing von TECH enthält die vollständigsten und wichtigsten Informationen zu diesem Thema. Auf diese Weise haben Ingenieure die Möglichkeit, in einen Sektor einzutreten, der zwar weit von ihren Fähigkeiten entfernt zu sein scheint, der aber für die Positionierung ihres Unternehmens und die Suche nach einer Marktnische von entscheidender Bedeutung sein wird. Ein Programm, das von der industriellen Marktanalyse bis hin zu Marketingstrategien und Preispolitik alles abdeckt und den Studenten die Möglichkeit gibt, sich ein umfassendes Wissen in diesem Bereich anzueignen.



“

Ihre Kenntnisse im Bereich Marketing werden es Ihnen ermöglichen, die Positionierung Ihres Unternehmens auf dem Markt zu verbessern. Um sie zu verbessern, bietet TECH Ihnen das umfassendste Programm der aktuellen akademischen Szene“

Modul 1. Industrielles Marketing

- 1.1. Marketing und industrielle Marktanalyse
 - 1.1.1. Marketing
 - 1.1.2. Marktverständnis und Kundenorientierung
 - 1.1.3. Unterschiede zwischen Industriemarketing und Verbrauchermarketing
 - 1.1.4. Der Industriemarkt
- 1.2. Marketing-Planung
 - 1.2.1. Strategische Planung
 - 1.2.2. Analyse des Umfelds
 - 1.2.3. Mission und Ziele des Unternehmens
 - 1.2.4. Der Marketingplan in Industrieunternehmen
- 1.3. Marketing-Informationsmanagement
 - 1.3.1. Kundenkenntnisse im Industriesektor
 - 1.3.2. Lernen am Markt
 - 1.3.3. SIM (Marketing-Informationssystem)
 - 1.3.4. Kommerzielle Forschung
- 1.4. Marketingstrategien
 - 1.4.1. Segmentierung
 - 1.4.2. Bewertung und Auswahl des Zielmarktes
 - 1.4.3. Differenzierung und Positionierung
- 1.5. Beziehungsmarketing im Industriesektor
 - 1.5.1. Aufbau von Beziehungen
 - 1.5.2. Vom transaktionalen Marketing zum Beziehungsmarketing
 - 1.5.3. Entwurf und Umsetzung einer Strategie für das industrielle Beziehungsmarketing.
- 1.6. Wertschöpfung auf dem Industriemarkt
 - 1.6.1. Marketing Mix und *Offering*
 - 1.6.2. Vorteile von Inbound Marketing im Industriesektor
 - 1.6.3. Wertangebot auf den Industriemärkten
 - 1.6.4. Industrieller Beschaffungsprozess
- 1.7. Preispolitik
 - 1.7.1. Preispolitik
 - 1.7.2. Ziele der Preispolitik
 - 1.7.3. Strategien zur Preisgestaltung





- 1.8. Kommunikation und Branding im Industriesektor
 - 1.8.1. Branding
 - 1.8.2. Aufbau einer Marke auf dem Industriemarkt
 - 1.8.3. Etappen in der Entwicklung der Kommunikation
- 1.9. Kaufmännische Funktion und Verkauf auf industriellen Märkten
 - 1.9.1. Bedeutung des kaufmännischen Managements in einem Industrieunternehmen
 - 1.9.2. Strategie für den Außendienst
 - 1.9.3. Die Figur des Verkäufers auf dem Industriemarkt
 - 1.9.4. Kommerzielle Verhandlung
- 1.10. Vertrieb in industriellen Umgebungen
 - 1.10.1. Art der Vertriebskanäle
 - 1.10.2. Der Vertrieb im Industriesektor: ein Wettbewerbsfaktor
 - 1.10.3. Arten von Vertriebskanälen
 - 1.10.4. Wahl des Vertriebskanals

“ Wenn Sie ein erstklassiges Programm suchen, um sich auf industrielles Marketing zu spezialisieren, sind Sie hier genau richtig”

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.



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

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 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.



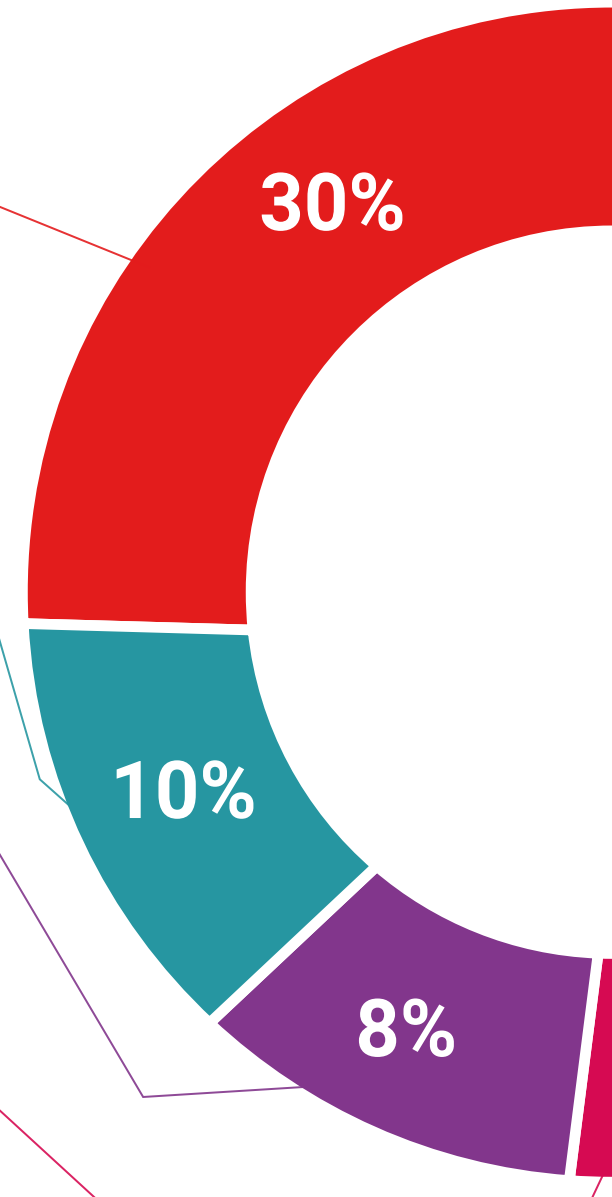
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

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 Universitätskurs in Industrielles Marketing garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 **Universitätskurs in Industrielles Marketing** 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 Technologische 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: **Universitätskurs in Industrielles Marketing**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 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

Universitätskurs Industrielles Marketing

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Universitätskurs Industrielles Marketing

