

Universitätsexperte

Kommunikation und Marketing





Universitätsexperte Kommunikation und Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 24

06

Qualifizierung

Seite 32

01

Präsentation

Das Programm in Kommunikation und Marketing ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Entscheidungen im Bereich der Marketingkommunikation vorbereitet. Sein Hauptziel ist es, Ihr persönliches und berufliches Wachstum zu fördern, indem er Ihnen hilft, erfolgreich zu sein. Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.



“

Die Figur des aufrechten, unflexiblen und autoritären Managers ist überholt. Es hat sich ein neues Profil herausgebildet, das viel mehr den neuen Trends entspricht und sich dadurch auszeichnet, dass es technologisch versiert ist, seinen Mitarbeitern aktiv zuhört und seine Arbeit selbstkritisch betrachtet“

Werbung ist eine der Möglichkeiten für Unternehmen, mit dem Markt zu kommunizieren und so ihre Marketingziele zu unterstützen. Sie ist Kommunikation im Dienste des Marketings. In der Tat ist jedes Unternehmen, um zu wachsen oder sich zu behaupten, darauf angewiesen, dass sein Angebot vom Markt - im weitesten Sinne des Wortes - angenommen wird. Die Marketingabteilung kümmert sich darum, Produkte und Dienstleistungen zu entwerfen, die den Bedürfnissen bestimmter Personengruppen entsprechen, sie zu produzieren, sie durchzusetzen und die Empfänger so zufrieden zu stellen, dass sie bereit sind, weiterhin Waren zu kaufen, für ein bestimmtes Programm zu stimmen oder an das zu glauben, wofür wir stehen.

Eine der Aktivitäten, die unternommen werden können, um das Produkt bekannt zu machen, ist die Werbung. Ein Unternehmen macht Werbung, wenn es einer ausreichend großen Gruppe von Menschen, an denen das Unternehmen ein Interesse hat, mitteilen muss, wer es ist und was es zu bieten hat, sei es, weil sie sein Produkt kaufen, es konsumieren, es weiterempfehlen oder einfach darüber sprechen.

Heutzutage muss jedes Unternehmen wissen, dass die Grundlage seines Geschäfts die Beziehung zu seinen Kunden ist. Deshalb muss es sich darum kümmern, indem es ihnen Produkte und Dienstleistungen in der benötigten Menge, Qualität und Zeit zur Verfügung stellt. Marketing bedeutet zu wissen, dass man nur dann einen Gewinn - nicht nur einen finanziellen - erzielen kann, wenn man die Bedürfnisse der Kunden befriedigt.

Mit dieser Fortbildung erhalten Sie alle Schlüssel, um den Verbraucher zu verstehen, das Produkt zu innovieren, Strategien und Kreativität zu entwickeln und die Mittel und Kanäle für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen zu planen. Darüber hinaus werden einige dieser Inhalte in einer Reihe von Masterclasses behandelt, die von einem renommierten internationalen Gastdirektor organisiert werden.

Der Universitätsexperten in Kommunikation und Marketing bietet Ihnen eine integrierte, anspruchsvolle und praktische Fortbildung, um neue berufliche Wege zu entdecken und die immer dynamischeren Online-Geschäftsmöglichkeiten zu verstehen. Wenn Sie ein Profi auf dem Gebiet der Kommunikation und des Marketings sind, ist dies Ihre beste Option, um ein Experte zu werden, der in der Lage ist, jedes Projekt zu managen und profitabel zu machen.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Unternehmenskommunikation vorgestellt werden
- ♦ Sein anschaulicher Inhalt, der schematisch und äußerst praktisch gestaltet ist, liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neue Entwicklungen in der Unternehmenskommunikation
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der digitalen Kommunikation
- ♦ Theoretische Lektionen, 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



Dieses Programm bietet Ihnen die einmalige Gelegenheit, in Masterclasses von einem internationalen Experten zu lernen, der für seine hervorragenden Leistungen auf diesem Gebiet bekannt ist"

“ *TECH bietet Ihnen das beste akademische Programm auf dem Markt für Kommunikation und Marketing. Alles, was Sie haben müssen, ist der Wunsch zu studieren*”

Zum Lehrkörper des Programms gehören Fachleute aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernprogramm bietet, um in realen Situationen zu lernen.

Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Studenten versuchen müssen, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die im Laufe des akademischen Kurses auftreten. Dabei wird die Fachkraft von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten entwickelt wurde.

Werden Sie ein hervorragender Journalist und lernen Sie, wie Sie erfolgreich in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen aller Branchen arbeiten können.

Der Beruf des Journalisten hat sich in den letzten Jahren stark diversifiziert. Eine der Karrieremöglichkeiten mit den meisten offenen Stellen liegt heute im Bereich der Unternehmenskommunikation.



02 Ziele

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, Management- und Führungsfähigkeiten zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung von wesentlicher Bedeutung sein werden. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.





“

Internationale Erfahrung, ethisches Engagement und unternehmerische Weitsicht sind einige der gefragtesten Eigenschaften für Manager im digitalen Zeitalter“



Allgemeine Ziele

- ♦ Beschreiben, wie das Internet in die Marketingkommunikationsstrategie des Unternehmens integriert werden kann
- ♦ Beschreiben der Rolle des persönlichen Verkaufs innerhalb der Marketingkommunikation sowie die Grundlagen des Beziehungsmanagements und der Integration von Kommunikationsmaßnahmen
- ♦ Entwerfen und Implementieren von externen Kommunikationsverfahren, die dem Unternehmen zur Verfügung stehen: Werbung, Public Relations, Sponsoring, Direkt- und interaktives Marketing, Promotion und persönlicher Verkauf
- ♦ Nennen der Kommunikationsprozesse im Internet und ihre Unterschiede zu denen, die über andere Medien ablaufen
- ♦ Erläutern der Bedeutung der Marke als strategischer Vermögenswert und ihrer Verwaltung in konventionellen und digitalen Umgebungen
- ♦ Analysieren und Bewerten der Bedeutung von Managementfähigkeiten für die persönliche und berufliche Entwicklung
- ♦ Entwickeln optimaler Projekte für die Marketingkommunikation



Entwickeln Sie Ihre Fähigkeiten, um ein vielseitiger Journalist zu werden, der an der Spitze der neuesten Trends steht“





Spezifische Ziele

Modul 1. Managementfähigkeiten

- ♦ Anwenden kreativer Prozesse auf den Bereich der Unternehmenskommunikation
- ♦ Implementieren strenger Kennzahlen, die die Rendite des strategischen Managements von immateriellen Vermögenswerten mit konsolidierten nicht-finanziellen Indikatoren und mit direkter Auswirkung auf das Geschäft nachweisen
- ♦ Identifizieren der Zielgruppen der Medien Effektives Verwalten der Kommunikationsabteilung jeder Organisation in all ihren Aspekten

Modul 2. Marketing und Kommunikation

- ♦ Verwalten des Rufs Ihres Unternehmens
- ♦ Verwenden der sozialen Netzwerke und des e-mobile als Marketingrevolution und unterstützen und nutzen Sie diese Instrumente, um Werbe- und PR-Ziele zu erreichen

Modul 3. Customer Relationship Management

- ♦ Entwickeln von Strategien für das Marken- und Reputationsmanagement von Unternehmen als strategische Ressourcen für Differenzierung, Legitimität und Business Excellence

Modul 4. Kommunikationsstrategie im digitalen Umfeld

- ♦ In der Lage sein, einen erfolgreichen Social Media Plan auf der Grundlage eines Zeitplans und eines Budgets zu erstellen
- ♦ Kennen der wichtigsten digitalen Tools für die Erstellung von Strategien

03

Kursleitung

Das Dozententeam dieses Universitätsexperten setzt sich aus erfahrenen und hochqualifizierten Fachleuten aus den Bereichen Kommunikation und Marketing zusammen. Ihr umfangreiches Wissen reicht von integrierten Kommunikationsstrategien bis hin zu den fortschrittlichsten Marketingtechniken. Diese Mentoren kombinieren ihre praktische Erfahrung mit einem soliden theoretischen Hintergrund und vermitteln den Studenten ein umfassendes Verständnis dafür, wie Kommunikation und Marketing im heutigen Geschäftsumfeld miteinander verwoben sind. Ihr Lehransatz konzentriert sich daher auf die Entwicklung der Fähigkeiten, die notwendig sind, um effektive Marketingkampagnen zu entwerfen und durchzuführen, die Wirkung und Wert schaffen.



“

Die Lehrkräfte sind bestrebt, sich über die neuesten Trends und Technologien in beiden Bereichen auf dem Laufenden zu halten, um sicherzustellen, dass Sie aktuelle und relevante Kenntnisse erwerben, um in der Branche erfolgreich zu sein.

Internationaler Gastdirektor

Wendy Thole-Muir, Gewinnerin des „International Content Marketing Awards“ für ihre Kreativität, Führungsqualitäten und die Qualität ihrer informativen Inhalte, ist eine renommierte Kommunikationsdirektorin, die sich auf den Bereich des Reputationsmanagements spezialisiert hat.

In diesem Sinne hat sie eine solide berufliche Laufbahn von mehr als zwei Jahrzehnten in diesem Bereich entwickelt, die sie zu renommierten internationalen Referenzunternehmen wie Coca-Cola geführt hat. Zu ihren Aufgaben gehören die Überwachung und das Management der Unternehmenskommunikation sowie die Kontrolle des Unternehmensimages. Unter anderem hat sie die Implementierung der internen Interaktionsplattform Yammer geleitet. Dank dieser Plattform konnten die Mitarbeiter ihr Engagement für die Marke erhöhen und eine Gemeinschaft schaffen, die die Informationsübermittlung deutlich verbessert hat.

Außerdem war sie für die Kommunikation der strategischen Investitionen der Unternehmen in verschiedenen afrikanischen Ländern zuständig. Ein Beispiel dafür ist, dass sie den Dialog über bedeutende Investitionen in Kenia geleitet hat, um das Engagement der Unternehmen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung des Landes zu unterstreichen. Zudem hat sie zahlreiche Auszeichnungen für ihre Fähigkeit erhalten, die Wahrnehmung der Unternehmen in allen Märkten, in denen sie tätig ist, zu steuern. Auf diese Weise hat sie dafür gesorgt, dass die Unternehmen ein hohes Ansehen genießen und die Verbraucher sie mit hoher Qualität in Verbindung bringen.

Darüber hinaus hat sie in ihrem festen Engagement für Spitzenleistungen aktiv an renommierten globalen Konferenzen und Symposien teilgenommen, um Informationsexperten dabei zu helfen, an der Spitze der ausgefeiltesten Techniken zur Entwicklung erfolgreicher strategischer Kommunikationspläne zu bleiben. Auf diese Weise hat sie zahlreichen Experten geholfen, institutionelle Krisensituationen vorauszusehen und negative Ereignisse effektiv zu bewältigen.



Fr. Thole-Muir, Wendy

- Direktorin für strategische Kommunikation und Unternehmensreputation bei Coca-Cola, Südafrika
- Leiterin der Abteilung Unternehmensreputation und Kommunikation bei ABI at SABMiller in Löwen, Belgien
- Kommunikationsberaterin bei ABI, Belgien
- Beraterin für Reputation und Kommunikation bei Third Door in Gauteng, Südafrika
- Masterstudiengang in Sozialverhaltensforschung an der Universität von Südafrika
- Masterstudiengang in Kunst mit Spezialisierung in Soziologie und Psychologie an der Universität von Südafrika
- Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Industriesoziologie an der Universität von KwaZulu-Natal
- Hochschulabschluss in Psychologie an der Universität von Südafrika



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

Leitung



Dr. González Fernández, Sara

- ♦ Spezialistin für institutionelle und Unternehmenskommunikation in verschiedenen Unternehmen
- ♦ Audiovisuelle Redakteurin bei Castilla La Mancha Media
- ♦ Redakteurin im Territorialen Zentrum von TVE Andalusien
- ♦ Redakteur bei Radio Nacional de España
- ♦ Redakteurin bei Diario JAÉN
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität von Sevilla
- ♦ Masterstudiengang in Drehbuch, Erzählung und audiovisueller Kreativität an der Universität von Sevilla
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Sevilla
- ♦ Mitglied von: Presseverband von Sevilla und Verband der Spanischen Journalistenvereinigungen



04

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Kommunikation und Marketing ist ein maßgeschneidertes Programm, das zu 100% online unterrichtet wird, so dass Sie die Zeit und den Ort wählen können, die Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen am besten entsprechen. Das Programm erstreckt sich über 9 Monate und soll eine einzigartige und anregende Erfahrung sein, die den Grundstein für Ihren Erfolg im Kommunikationsmanagement im digitalen Umfeld legt.



“

Wir haben das umfassendste und aktuellste Lernprogramm auf dem Markt, das Ihnen den Einstieg in eine aufregende Welt mit Erfolgsgarantie ermöglicht"

Modul 1. Managementfähigkeiten

- 1.1. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
 - 1.1.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
 - 1.1.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
 - 1.1.3. Kommunikationsbarrieren
- 1.2. Kommunikation und Führung
 - 1.2.1. Leadership und Führungsstile
 - 1.2.2. Motivation
 - 1.2.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0
- 1.3. Persönliches *Branding*
 - 1.3.1. Strategien für persönliches Branding
 - 1.3.2. Regeln des *Personal Branding*
 - 1.3.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 1.4. Teammanagement
 - 1.4.1. Arbeitsteams und Leitung von Meetings
 - 1.4.2. Management von Veränderungsprozessen
 - 1.4.3. Leitung multikultureller Teams
 - 1.4.4. *Coaching*
- 1.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
 - 1.5.1. Wirksame Verhandlungstechniken
 - 1.5.2. Interpersonelle Konflikte
 - 1.5.3. Interkulturelle Verhandlung
- 1.6. Emotionale Intelligenz
 - 1.6.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
 - 1.6.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
 - 1.6.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache
- 1.7. Beziehungskapital: *Coworking*
 - 1.7.1. Verwaltung des Humankapitals
 - 1.7.2. Leistungsanalyse
 - 1.7.3. Gleichstellung und Diversitätsmanagement
 - 1.7.4. Innovation im Personalmanagement

- 1.8. Zeitmanagement
 - 1.8.1. Planung, Organisation und Kontrolle
 - 1.8.2. Methodik des Zeitmanagements
 - 1.8.3. Aktionspläne
 - 1.8.4. Instrumente für effektives Zeitmanagement

Modul 2. Marketing und Kommunikation

- 2.1. *Product Placement* und *Branded Content*
 - 2.1.1. Einzigartige Formen der Kommunikation und Markenplatzierung
 - 2.1.2. Konzepte, Produkte und Dienstleistungen in benutzerfreundlichen Medien
- 2.2. Planung und Auftragsvergabe von digitalen Medien
 - 2.2.1. *Real Time Biding*
 - 2.2.2. *Integrierte digitale Kampagnenplanung*
 - 2.2.3. *Scorecard zur Kontrolle der Werbeausgaben*
- 2.3. Marketing für Werbezwecke
 - 2.3.1. Verbraucher-Promotions
 - 2.3.2. Außendienst, Vertriebskanal, Verkaufsstelle und Sonderangebote
 - 2.3.3. Erfolg und Rentabilität von Werbeaktionen
- 2.4. Planung, Durchführung und Messung von SEM-Kampagnen
 - 2.4.1. Suchmaschinenmarketing
 - 2.4.2. Umwandlung von Traffic in qualifizierten Traffic
 - 2.4.3. SEM-Projektmanagement
- 2.5. Metriken und Leistungsanalyse bei digitalen Werbekampagnen
 - 2.5.1. Adservers
 - 2.5.2. Traditionelle Metriken und digitale GRPs
 - 2.5.3. *Crossmedia* und Interaktionen
- 2.6. *Display Advertising*, *Rich Media* und Virale Werbung
 - 2.6.1. Medien, Formate und Träger
 - 2.6.2. Der Bekehrungstrichter
 - 2.6.3. *Buzz Marketing* und WOM
- 2.7. *Mobile Marketing*, Geolokalisierung und Internet TV
 - 2.7.1. Neue Anwendungen des *Mobile Marketing*
 - 2.7.2. Geolokalisierung
 - 2.7.3. Anwendungen, die Web, *Geotagging* und Handy integrieren



- 2.8. Wirksamkeit der Werbung
 - 2.8.1. Recherche- und Verfolgungstechniken von Kampagnen
 - 2.8.2. Analyse der effektiven Reichweite und Frequenz
 - 2.8.3. Bekanntheitsgrad und zeitliche Verteilung des Werbedrucks

Modul 3. *Customer Relationship Management*

- 3.1. CRM und Beziehungsmarketing
 - 3.1.1. Unternehmensphilosophie oder strategische Ausrichtung
 - 3.1.2. Kundenidentifikation und -differenzierung
 - 3.1.3. Das Unternehmen und seine *Stakeholder*
 - 3.1.4. *Clienting*
- 3.2. *Database Marketing* und Kundenbeziehungsmanagement
 - 3.2.1. Anwendungen des *Database Marketing*
 - 3.2.2. *Gesetze und Vorschriften*
 - 3.2.3. *Informationsquellen, Speicherung und Verarbeitung*
- 3.3. Verbraucherpsychologie und -verhalten
 - 3.3.1. Studium des Verbraucherverhaltens
 - 3.3.2. Interne und externe Verbrauchereffektoren
 - 3.3.3. Entscheidungsprozess der Verbraucher
 - 3.3.4. Konsumverhalten, Gesellschaft, Marketing und Ethik
- 3.4. *Marketing Consumer Centric*
 - 3.4.1. Segmentierung
 - 3.4.2. Analyse der Rentabilität
 - 3.4.3. Strategien zur Kundenbindung
- 3.5. Techniken für das CRM Management
 - 3.5.1. Direktes Marketing
 - 3.5.2. *Multi-Channel-Integration*
 - 3.5.3. Virales Marketing
- 3.6. Vorteile und Gefahren bei der Einführung von CRM
 - 3.6.1. CRM, Umsatz und Kosten
 - 3.6.2. Kundenzufriedenheit und Loyalität
 - 3.6.3. Technologische Umsetzung
 - 3.6.4. Strategische und Managementfehler

Modul 4. Kommunikationsstrategie im digitalen Umfeld

- 4.1. Web 2.0 oder soziales Web
 - 4.1.1. Die Organisation im Zeitalter der Konversation
 - 4.1.2. Web 2.0 sind Menschen
 - 4.1.3. Digitales Umfeld und neue Kommunikationsformate
- 4.2. Kommunikation und digitaler Ruf
 - 4.2.1. Online-Reputationsbericht
 - 4.2.2. Netiquette und gute Praktiken in sozialen Netzwerken
 - 4.2.3. *Branding* und *Networking 2.0*
- 4.3. Entwurf und Planung eines Plans für die Online-Reputation
 - 4.3.1. Überblick über die wichtigsten sozialen Medien in Spanien
 - 4.3.2. Plan zur Markenreputation
 - 4.3.3. Allgemeine Metriken, ROI und soziales CRM
 - 4.3.4. Online-Krise und Reputations-SEO
- 4.4. Allgemeine, professionelle und Mikroblogging-Plattformen
 - 4.4.1. Facebook
 - 4.4.2. LinkedIn
 - 4.4.3. Twitter
- 4.5. Video-, Bild- und Mobilitätsplattformen
 - 4.5.1. YouTube
 - 4.5.2. Instagram
 - 4.5.3. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 4.5.5. Pinterest
- 4.6. Inhaltsstrategie und *Storytelling*
 - 4.6.1. *Corporate Blogging*
 - 4.6.2. Content-Marketing-Strategie
 - 4.6.3. Erstellung eines Inhaltsplans
 - 4.6.4. Strategie zur Aufbereitung von Inhalten





- 4.7. Strategien für *Social Media*
 - 4.7.1. Öffentlichkeitsarbeit und soziale Medien für Unternehmen
 - 4.7.2. Festlegung der für jedes Medium zu verfolgenden Strategie
 - 4.7.3. Analyse und Bewertung der Ergebnisse
- 4.8. *Community Management*
 - 4.8.1. Rolle, Aufgaben und Zuständigkeiten des *Community Managers*
 - 4.8.2. *Social Media Manager*
 - 4.8.3. *Social Media Strategist*
- 4.9. *Social Media Plan*
 - 4.9.1. Entwurf eines Plans für *Social Media*
 - 4.9.2. *Zeitplan, Budget, Erwartungen und Überwachung*
 - 4.9.3. *Notfallprotokoll für den Krisenfall*
- 4.10. Online-Überwachungstools
 - 4.10.1. Verwaltungstools und Desktop-Anwendungen
 - 4.10.2. Überwachungs- und Studieninstrumente

“Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

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 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 Business Schools 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 werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms 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 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 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 kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. 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

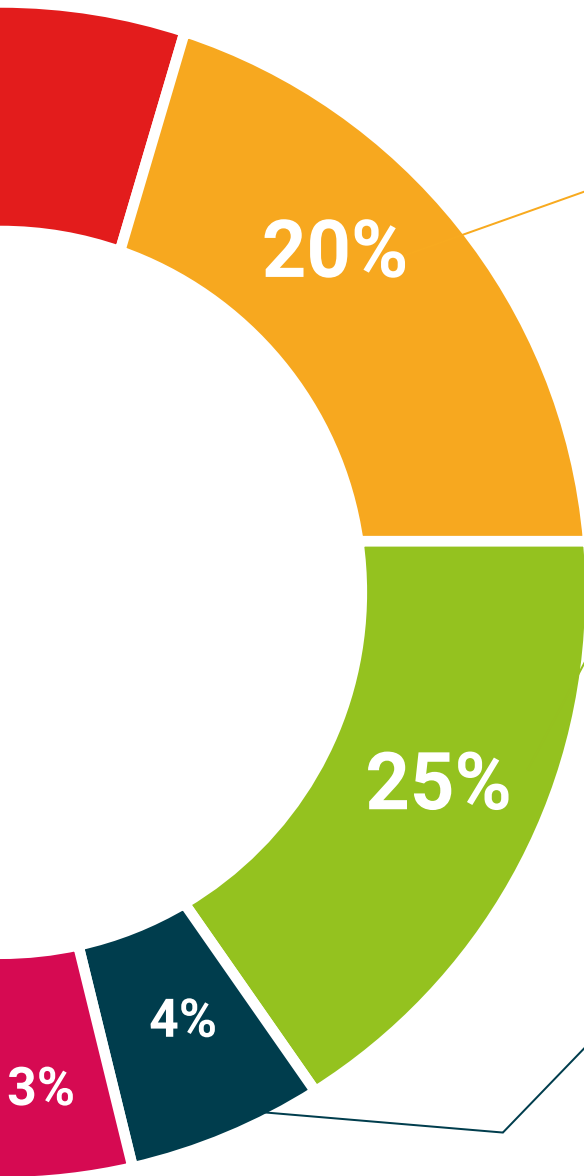
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Kommunikation und Marketing 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 **Universitätsexperte in Kommunikation und 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 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 Marketing**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



*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 innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Kommunikation
und Marketing

- › Modalität: online
- › Dauer: 6 Monate
- › Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- › Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- › Prüfungen: online

Universitätsexperte

Kommunikation und Marketing

