

# Universitätsexperte

## Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media





## Universitätsexperte

### Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media

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

Internetzugang: [www.techtute.com/de/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-management-kommunikationsunternehmen-social-media](http://www.techtute.com/de/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-management-kommunikationsunternehmen-social-media)

# 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

Die großen Medien, aber auch private Unternehmen und viele andere Körperschaften haben professionelle Journalisten in ihren Reihen, die die Rolle von Unternehmensmanagern perfekt ausfüllen. Dies ist den jüngsten Entwicklungen zu verdanken, die *Social Media* und Unternehmensführung miteinander verbinden. In diesem Sinne zielt das Programm darauf ab, den Berufstätigen die neuesten und aktuellsten Informationen in diesem Sektor zu vermitteln, mit dem Ziel, ihnen mit dieser Qualifikation den Sprung in ein großes Kommunikationsunternehmen zu ermöglichen.



“

*Dieses Programm bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Kenntnisse in den Bereichen Management und Kommunikation zu vertiefen. Eine einmalige Gelegenheit für Sie"*

Das Dozententeam dieses Universitätsexperten in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media hat die einzelnen Fächer des Studiengangs sorgfältig ausgewählt, um den Studenten ein möglichst umfassendes und stets aktuelles Studienangebot zu bieten.

Dieser Universitätsexperte vermittelt den Studenten spezifische Werkzeuge und Kompetenzen, um ihre berufliche Laufbahn im breiten Umfeld des Managements von Kommunikations- und Social-Media-Unternehmen erfolgreich zu entwickeln. Das Programm konzentriert sich auf Schlüsselkompetenzen wie die Kenntnis der Realität und der täglichen Praxis in den Medien, die Entwicklung von Verantwortungsbewusstsein bei der Überwachung und Kontrolle der eigenen Arbeit sowie von Kommunikationsfähigkeiten im Rahmen der erforderlichen Teamarbeit.

Das Programm ist so konzipiert, dass es ein akademisches Online-Pensum bietet, das alle theoretischen und praktischen Kenntnisse vermittelt, die durch hochwertige Multimedia-Inhalte, die Analyse von klinischen Fällen, die von Experten vorbereitet wurden, Meisterklassen und Videotechniken, die den Austausch von Wissen und Erfahrungen ermöglichen, präsentiert werden.

Ein Online-Programm, das es den Studenten ermöglicht, ihre Zeit und ihr Lerntempo selbst zu bestimmen und an ihren Zeitplan anzupassen, sowie die Möglichkeit, von jedem Computer oder mobilen Gerät aus auf die Inhalte zuzugreifen.

Dieser **Universitätsexperte in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im Bereich des Kommunikationsmanagements
- ♦ 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



*Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, diesen Universitätsexperten in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media bei uns zu studieren. Er ist die perfekte Gelegenheit, um Ihre Karriere voranzutreiben"*

“

*Diese Fortbildung ist die beste Option, die Sie finden können, um sich auf das Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media zu spezialisieren"*

Das Dozententeam setzt sich aus Experten aus dem Bereich Kommunikation zusammen, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten von führenden Gesellschaften 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. Dabei wird sie durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten für das Management von Kommunikationsunternehmen entwickelt wurde.

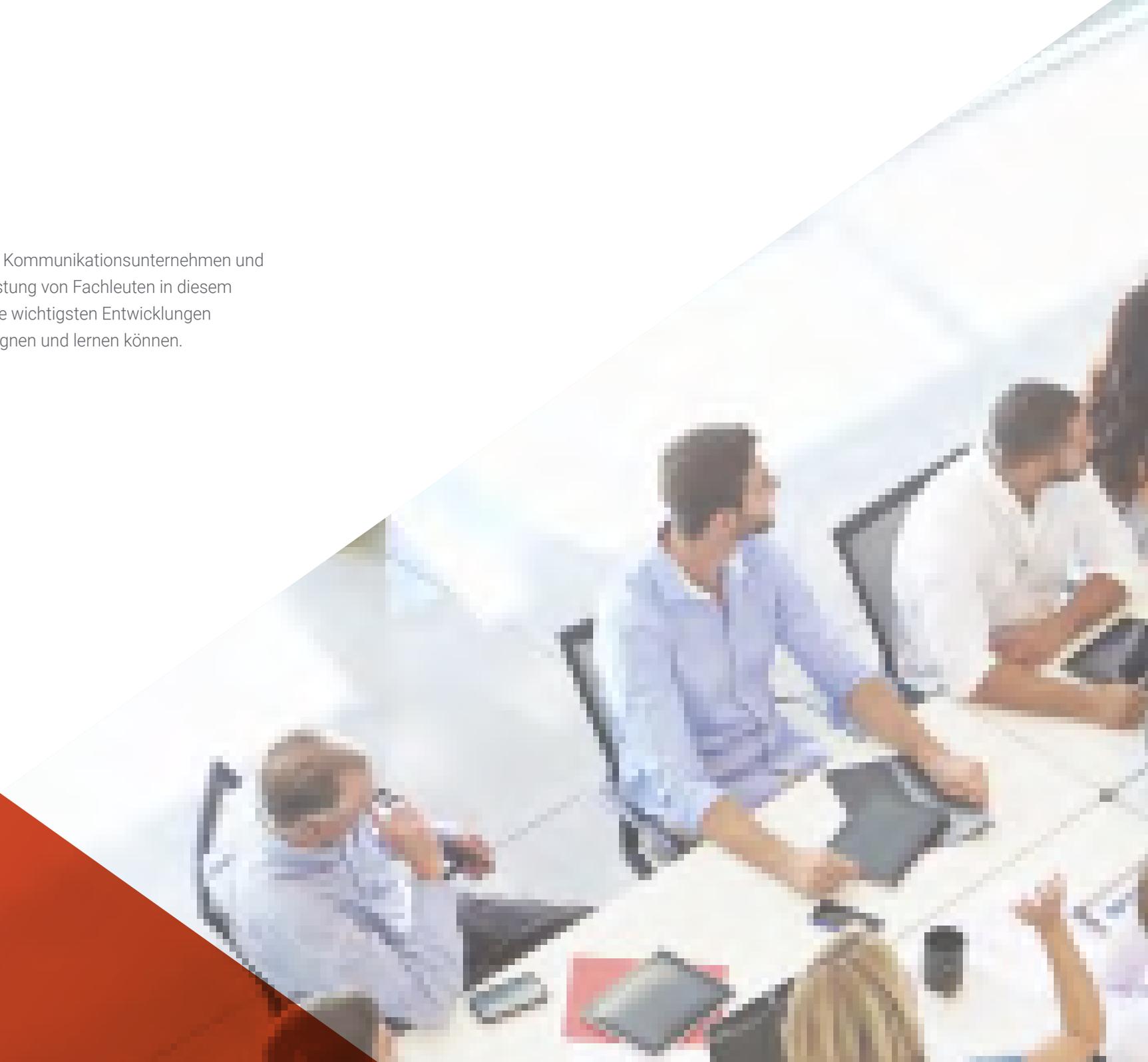
*Diese Qualifikation verfügt über das beste didaktische Material, das es Ihnen ermöglicht, auf eine kontextbezogene Weise zu studieren, die Ihr Lernen erleichtert.*

*Dieses 100%ige Online-Programm wird es Ihnen ermöglichen, Ihr Studium mit Ihrer beruflichen Tätigkeit zu verbinden und gleichzeitig Ihr Wissen in diesem Bereich zu erweitern.*



# 02 Ziele

Das Programm in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media zielt darauf ab, die Leistung von Fachleuten in diesem Bereich zu fördern, damit sie sich die wichtigsten Entwicklungen im Bereich der Kommunikation aneignen und lernen können.





“

*Dies ist die beste Möglichkeit, sich über die neuesten Fortschritte im Bereich Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media zu informieren”*



### Allgemeines Ziel

---

- Fortbilden des Medienprofis, damit er ein großes Unternehmen leiten kann, durch Aneignung der notwendigen Kenntnisse in jedem Bereich des Unternehmens



*Eine hochwertige Fortbildung, die es Ihnen ermöglicht, schrittweise zu lernen und das Gelernte schnell zu integrieren"*





## Spezifische Ziele

---

### **Modul 1. Unternehmensstrategie**

- ♦ Definieren der neuesten Trends und Innovationen in der Unternehmensführung
- ♦ Identifizieren der wichtigsten und neuesten Aktualisierungen im Unternehmenssektor
- ♦ Entwickeln eines Leitfadens, der es erlaubt, einen Weg zur Erreichung der Ziele nachzuzeichnen
- ♦ Sich klar sein über die Prioritäten des Unternehmens und gleichzeitig nach Alternativen suchen, um die Ziele zu erreichen

### **Modul 2. Management von Kommunikationsunternehmen**

- ♦ Erstellen eines Plans zur Entwicklung und Verbesserung der persönlichen und unternehmerischen Fähigkeiten
- ♦ Entwickeln der Fähigkeit Probleme zu erkennen, zu analysieren und zu lösen
- ♦ Definieren der Mission und Vision des Unternehmens sowie seines Publikums und dessen, was es durch die Rolle der Kommunikation vermitteln möchte

### **Modul 3. Social Media**

- ♦ Kennen aller verfügbaren Plattformen, um ihr Medium bekannt zu machen
- ♦ Erstellen von Inhalten für Netzwerke, um potenzielle Kunden für Ihr Unternehmen zu gewinnen
- ♦ Erstellen von Inhalten, um Interaktionen zu erzeugen und in den sozialen Medien zu wachsen
- ♦ Wissen, welche Kanäle geeignet sind und den Zielen des Unternehmens entsprechen

### **Modul 4. Markt- und Kundenmanagement**

- ♦ Identifizieren des Unternehmensumfelds und der Zielgruppen
- ♦ Kennen der Zielgruppe des Mediums und Wissen, welche Art von Richtlinien zu erstellen sind
- ♦ Entwickeln eines Leitfadens, der die Vermittlung zwischen privaten Unternehmen und den Medien erleichtert

# 03

## Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten in allen Aspekten des Marketingmanagements und der politischen Kommunikation, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den Studiengang interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.





“

*Wir haben die besten Dozenten, die  
Ihnen zu beruflichem Erfolg verhelfen”*

## Internationaler Gastdirektor

Bianca Freedman verfügt über einen fundierten Hintergrund in den Bereichen Kommunikation und Marketing und war als Chief Executive Officer (CEO) der kanadischen Abteilung von Edelman tätig, wo sie für Strategie, Betrieb und Kultur in der Region verantwortlich war. Dabei spielte sie eine zentrale Rolle bei der Entwicklung, der Förderung und dem Schutz von Marken und Reputationen in einem dynamischen Mediumfeld. Darüber hinaus war sie eine der Experten für Executive Positioning innerhalb des globalen Edelman-Netzwerks, ein kritischer Bereich, in dem Führungskräfte zunehmend gefragt sind.

Sie hatte auch andere leitende Positionen bei Edelman inne, darunter Chief Operating Officer (COO) und General Manager. In diesen Funktionen hat sie einige der wichtigsten und komplexesten Projekte der Organisation sowohl im privaten als auch im öffentlichen Sektor geleitet und mit einigen der renommiertesten Unternehmen des Landes zusammengearbeitet, um deren Präsenz bei Mitarbeitern, Kunden und Aktionären zu verbessern.

Bianca Freedmans Karriere umfasste auch Positionen bei InfinityComm Inc. als Account und Public Relations Manager sowie beim Credit Valley Hospital, wo sie als Marketing- und Kommunikationskoordinatorin tätig war. Darüber hinaus war sie als Marketing-, PR- und Social-Media-Managerin bei Walmart beschäftigt, wo sie an der Seite der globalen E-Commerce-Gruppe des Unternehmens sowohl in Kanada als auch in der San Francisco Bay Area maßgeblich an Kommunikationsinnovationen beteiligt war.

Als aktives Mitglied der Gemeinschaft war sie Mitglied des Humber PR Advisory Board und arbeitet ehrenamtlich mit der Gemeindevereinigung für Reiter mit Behinderungen (CARD) zusammen. Außerdem setzt sie sich für die Beseitigung von Hindernissen beim Eintritt in den Arbeitsmarkt und die Förderung von Hochleistungstalenten ein.



## Fr. Freedman, Bianca

---

- Chief Executive Officer (CEO) bei Edelman Canada, Toronto, Kanada
- Managerin für Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und soziale Netzwerke bei Walmart
- Marketing- und Kommunikationskoordinatorin im Credit Valley Hospital
- Managerin für Kunden und Öffentlichkeitsarbeit bei InfinityComm Inc.
- IWF-Stipendium in Betriebswirtschaft und Management am INSEAD
- Programm für transformationale Führung, Management und Unternehmensführung der Harvard Business School
- Aufbaustudium in Öffentlichkeitsarbeit am Humber College
- Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Kommunikationswissenschaften an der McMaster University
- Mitglied von:
  - Humber PR Advisory Board
  - Gemeinschaftsvereinigung für Reiter mit Behinderungen (CARD)

“

*Erreichen Sie Ihre akademischen und beruflichen Ziele mit den am besten qualifizierten Experten der Welt! Die Dozenten dieses MBA werden Sie durch den gesamten Lernprozess begleiten"*

## Leitung



### Fr. Iñesta Fernández, Noelia

- ♦ Journalistin und *Social Media Manager*
- ♦ Kommunikationsmanagement (G. Greterika Imp-Exp)
- ♦ Kommunikations- und Marketingmanagement (A. Corporate)
- ♦ *Community Manager* in KMU im Horeca-Kanal
- ♦ Redakteurin für lokale Medien
- ♦ Promotion in Medienforschung
- ♦ Masterstudiengang in *Social Media Management*
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus
- ♦ Fortgeschrittene Technikerin für audiovisuelle Produktion



04

# Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von den besten Fachleuten im Bereich des Managements von Kommunikationsunternehmen mit langjähriger Erfahrung und anerkanntem Ansehen in diesem Beruf entwickelt.



“

*Dieser Universitätsexperte in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt”*

## Modul 1. Unternehmensstrategie

- 1.1. Strategisches Management
  - 1.1.1. Das Konzept der Strategie
  - 1.1.2. Der Prozess des strategischen Managements
  - 1.1.3. Ansätze für das strategische Management
- 1.2. Planung und Strategie
  - 1.2.1. Der Plan in einer Strategie
  - 1.2.2. Strategische Positionierung
  - 1.2.3. Strategie im Unternehmen
  - 1.2.4. Planung
- 1.3. Implementierung der Strategie
  - 1.3.1. Indikatorensysteme und Prozessansatz
  - 1.3.2. Strategische Karte
  - 1.3.3. Differenzierung und Anpassung
- 1.4. Unternehmensstrategie
  - 1.4.1. Konzept der Unternehmensstrategie
  - 1.4.2. Arten der Unternehmensstrategie
  - 1.4.3. Instrumente zur Definition von Unternehmensstrategien
- 1.5. Digitale Strategie
  - 1.5.1. Technologische Strategie und ihre Auswirkungen auf die digitale Innovation
  - 1.5.2. Strategische Planung von Informationstechnologien
  - 1.5.3. Strategie und Internet
- 1.6. Unternehmensstrategie und technologische Strategie
  - 1.6.1. Wert schaffen für Kunden und Aktionäre
  - 1.6.2. Strategische IS/IT-Entscheidungen
  - 1.6.3. Unternehmensstrategie vs. technologische und digitale Strategie
- 1.7. Wettbewerbsfähige Strategie
  - 1.7.1. Konzept der Wettbewerbsstrategie
  - 1.7.2. Wettbewerbsvorteil
  - 1.7.3. Wahl einer Wettbewerbsstrategie
  - 1.7.4. Strategien nach dem strategischen Uhrenmodell
  - 1.7.5. Arten von Strategien nach dem Lebenszyklus des Industriesektors

- 1.8. Dimensionen der Marketingstrategie
  - 1.8.1. Marketingstrategien
  - 1.8.2. Arten der Marketingstrategien
- 1.9. Verkaufsstrategie
  - 1.9.1. Verkaufsmethoden
  - 1.9.2. Anwerbungsstrategien
  - 1.9.3. Dienstleistungsstrategien
- 1.10. *Social Business*
  - 1.10.1. Strategische Vision des Web 2.0 und seine Herausforderungen
  - 1.10.2. Konvergenzmöglichkeiten und IKT-Trends
  - 1.10.3. Wie man Web 2.0 und soziale Netzwerke profitabel macht
  - 1.10.4. Mobilität und digitale Wirtschaft

## Modul 2. Management von Kommunikationsunternehmen

- 2.1. Die Kommunikationsbranche
  - 2.1.1. Mediamorphose
  - 2.1.2. Digitale Transformation
  - 2.1.3. *Cybermedia*
- 2.2. Rechtliche und wirtschaftliche Struktur von Medienunternehmen
  - 2.2.1. Einzelunternehmen
  - 2.2.2. Handelsgesellschaften
  - 2.2.3. Medienkonglomerate
- 2.3. Struktur, Management und Managementherausforderungen
  - 2.3.1. Abteilungsstruktur der Kommunikationsdirektionen
  - 2.3.2. Aktuelle Trends bei Managementmodellen
  - 2.3.3. Integration von immateriellen Werten
  - 2.3.4. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
- 2.4. Strategische Analyse und Wettbewerbsfaktoren
  - 2.4.1. Analyse des Wettbewerbsumfelds
  - 2.4.2. Determinanten der Wettbewerbsfähigkeit
- 2.5. Wirtschaftsethik
  - 2.5.1. Ethisches Verhalten im Unternehmen
  - 2.5.2. Deontologie und ethische Kodizes
  - 2.5.3. Betrug und Interessenkonflikte

- 2.6. Die Bedeutung von Marketing in Kommunikationsunternehmen
    - 2.6.1. Marketingstrategien in den traditionellen Medien
    - 2.6.2. Der Einfluss der sozialen Netzwerke auf die Medienagenda
  - 2.7. Strategisches Denken und System
    - 2.7.1. Das Unternehmen als System
    - 2.7.2. Strategisches Denken aus der Unternehmenskultur heraus
    - 2.7.3. Strategisches Denken aus dem Personalmanagement
  - 2.8. *Branding*
    - 2.8.1. Die Marke und ihre Funktionen
    - 2.8.2. Markenbildung (*Branding*)
    - 2.8.3. Markenarchitektur
  - 2.9. Formulierung der kreativen Strategie
    - 2.9.1. Erkundung strategischer Alternativen
    - 2.9.2. *Contrabriefing* oder kreatives *Briefing*
    - 2.9.3. *Branding* und *Positioning*
  - 2.10. Entwurf eines Krisenhandbuchs/Krisenkommunikationsplans
    - 2.10.1. Verhinderung der Krise
    - 2.10.2. Krisenkommunikation managen
    - 2.10.3. Erholen von der Krise
- 
- Modul 3. Social Media**
- 3.1. Web 2.0
    - 3.1.1. Die Organisation im Zeitalter der Konversation
    - 3.1.2. Web 2.0 sind Menschen
    - 3.1.3. Neue Umgebungen, neue Inhalte
  - 3.2. Strategien für *Social Media*
    - 3.2.1. Der Plan für Unternehmenskommunikation 2.0
    - 3.2.2. Öffentlichkeitsarbeit und *Social Media* für Unternehmen
    - 3.2.3. Analyse und Bewertung der Ergebnisse
  - 3.3. *Social Media Plan*
    - 3.3.1. Entwurf eines Plans für *Social Media*
    - 3.3.2. Festlegung der für jedes Medium zu verfolgenden Strategie
    - 3.3.3. Notfallprotokoll für den Krisenfall
  - 3.4. Ansatz zur Online-Positionierung: SEO und SEM
    - 3.4.1. Einführung in SEO und SEM
    - 3.4.2. Wie Suchmaschinen funktionieren
    - 3.4.3. Benutzerverhalten
  - 3.5. Allgemeine, professionelle und *Microblogging*-Plattformen
    - 3.5.1. Facebook
    - 3.5.2. LinkedIn
    - 3.5.3. Google +
    - 3.5.4. Twitter
  - 3.6. Video-, Bild- und Mobilitätsplattformen
    - 3.6.1. Youtube
    - 3.6.2. Instagram
    - 3.6.3. Flickr
    - 3.6.4. Vimeo
    - 3.6.5. Pinterest
  - 3.7. *Corporate Blogging*
    - 3.7.1. Wie man einen Blog erstellt
    - 3.7.2. *Content-Marketing*-Strategie
    - 3.7.3. Wie erstellt man einen Inhaltsplan für seinen Blog?
    - 3.7.4. Strategie zur Aufbereitung von Inhalten
  - 3.8. Online-Marketingplan
    - 3.8.1. Online-Recherche
    - 3.8.2. Erstellung des Online-Marketingplans
    - 3.8.3. Konfiguration und Aktivierung
    - 3.8.4. Einführung und Verwaltung
  - 3.9. *Community Management*
    - 3.9.1. Rolle, Aufgaben und Zuständigkeiten des *Community Managers*
    - 3.9.2. *Social Media Manager*
    - 3.9.3. *Social Media Strategist*
  - 3.10. *Web Analytics* und *Social Media*
    - 3.10.1. Festlegung von Zielen und KPIs
    - 3.10.2. ROI und Markierung von digitalen Produkten
    - 3.10.3. Visualisierung und Interpretation von Dashboards

## Modul 4. Markt- und Kundenmanagement

- 4.1. *Marketing Management*
  - 4.1.1. Konzept des *Marketing Management*
  - 4.1.2. Neue Marketing-Realitäten
  - 4.1.3. Ein neuer Markt: Fähigkeiten für Verbraucher und Unternehmen
  - 4.1.4. Ganzheitliche MK-Orientierung
  - 4.1.5. Aktualisierung der 4Ps des Marketings
  - 4.1.6. Aufgaben des Marketingmanagements
- 4.2. *Relationales Marketing*
  - 4.2.1. Konzept des Beziehungsmarketings
  - 4.2.2. Der Kunde als Aktivposten des Unternehmens
  - 4.2.3. CRM als Instrument des Beziehungsmarketings
- 4.3. *Data Base Marketing*
  - 4.3.1. Anwendungen des *Data Base Marketings*
  - 4.3.2. Gesetze und Vorschriften
  - 4.3.3. Informationsquellen
- 4.4. *Arten des Kaufverhaltens*
  - 4.4.1. Prozess der Kaufentscheidung
  - 4.4.2. Etappen im Kaufprozess
  - 4.4.3. Arten des Kaufverhaltens
  - 4.4.4. Charakteristika der Arten des Kaufverhaltens
- 4.5. *Der Loyalitätsprozess*
  - 4.5.1. Eingehende Kenntnis des Kunden
  - 4.5.2. Loyalitätsprozess
  - 4.5.3. Kundenwert
- 4.6. *Kundenausrichtung - CRM*
  - 4.6.1. Entwurf eines e-CRM
  - 4.6.2. Auswirkungen und Grenzen der Datenschutzverordnung
  - 4.6.3. Verbraucherorientierung
  - 4.6.4. 1 to 1-Planung





- 4.7. Management von Forschungsprojekten
  - 4.7.1. Instrumente zur Information
  - 4.7.2. Entwicklung des Erwartungsmanagementplans
  - 4.7.3. Bewertung der Durchführbarkeit des Projekts
- 4.8. Online-Marktforschung
  - 4.8.1. Quantitative Forschungsinstrumente in Onlinemärkten
  - 4.8.2. Dynamische qualitative Kundenforschungsinstrumente
- 4.9. Studium des traditionellen Publikums
  - 4.9.1. Ursprung der Publikumsmessung. Grundlegende Konzepte
  - 4.9.2. Wie wird das traditionelle Publikum gemessen?
  - 4.9.3. EGM und Kantar Media
- 4.10. Studien zum Internet-Publikum
  - 4.10.1. Das soziale Publikum
  - 4.10.2. Messung der sozialen Auswirkungen: Tuitele
  - 4.10.3. Barlovento und IAB Spain



*Diese Fortbildung wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Karriere auf bequeme Weise voranzutreiben"*

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 Studierenden 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 Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. 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 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 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 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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



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



### Studienmaterial

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

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



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



### Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

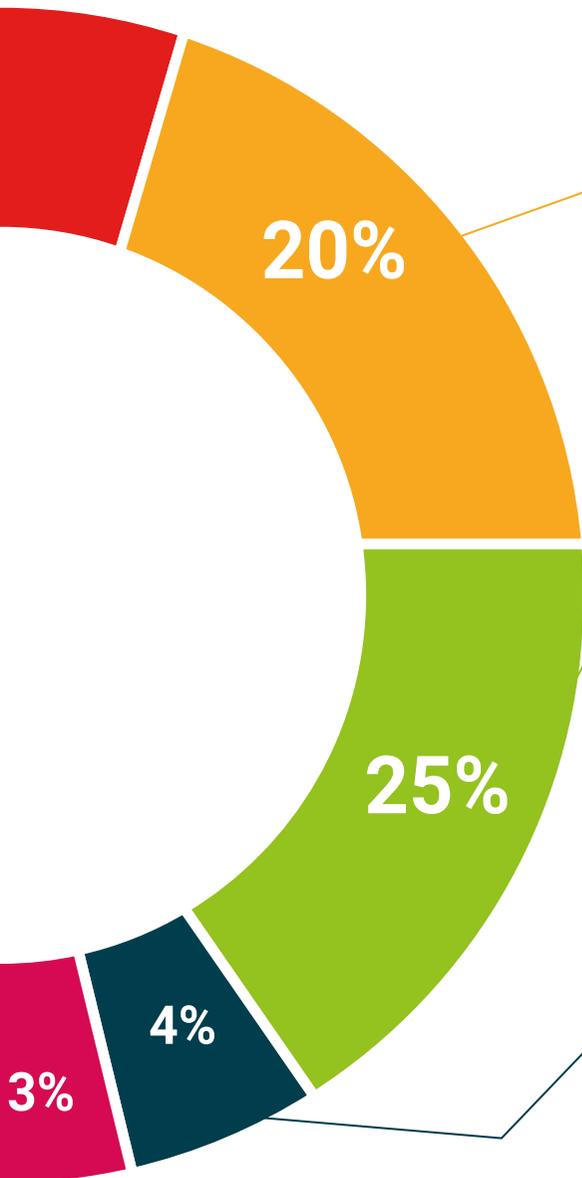
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



### Weitere Lektüren

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





#### Fallstudien

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



#### Interaktive Zusammenfassungen

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

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



#### Prüfung und Nachprüfung

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



06

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media 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 Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media** 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 im Universitätsexperten erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Management von Kommunikationsunternehmen und Social Media**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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

**tech** technologische  
universität

Universitätsexperte

Management von  
Kommunikationsunternehmen  
und Social Media

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

wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

# Universitätsexperte

Management von  
Kommunikationsunternehmen  
und Social Media