

# Universitätsexperte

## Politisches Marketing





**tech** technologische  
universität

## Universitätsexperte Politisches Marketing

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

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-politisches-marketing](http://www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-politisches-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

Der Beruf des Journalisten hat sich im Laufe der Jahre diversifiziert. Diese Fachleute sind nicht mehr nur mit den traditionellen Medien verbunden, sondern können auch als Kommunikations- und Marketingexperten in verschiedenen Arten von Organisationen, wie z. B. politischen Organisationen, arbeiten. Dieses renommierte akademische Programm der TECH Technologischen Universität ist daher ein intensives Weiterbildungsprogramm, das die Studenten darauf vorbereitet, Herausforderungen zu meistern und Geschäftsentscheidungen im Bereich des politischen Marketings zu treffen. Das Hauptziel besteht darin, die persönliche und berufliche Entwicklung der Studenten zu fördern, indem ihnen geholfen wird, erfolgreich zu sein.





“

*Das politische Marketing hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt. Dies zwingt die Kommunikationsfachleute, ihre Kenntnisse auf den neuesten Stand zu bringen, um ihren Beruf erfolgreicher ausüben zu können“*

Der Inhalt des Universitätsexperten in Politisches Marketing zielt darauf ab, die Entwicklung der beruflichen Kompetenzen des Journalisten zu fördern, die es ihm ermöglichen, in einem unsicheren Umfeld fundiertere Entscheidungen zu treffen.

Während der Fortbildung wird der Journalist in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl von praktischen Fällen analysieren. Es handelt sich also um ein authentisches Eintauchen in reale Situationen des politischen Marketings.

Dieser Universitätsexperte, der sich eingehend mit dem Marketing im politischen Bereich befasst, zielt darauf ab, echte Kommunikatoren weiterzubilden, die das politische Marketing aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive verstehen.

Ein akademischer Plan, der auf die berufliche Entwicklung des Studenten ausgerichtet ist und ihn darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich der Kommunikation und des politischen Marketings zu erbringen. Ein Programm, das seine Bedürfnisse und die seines beruflichen Umfelds versteht und ihm innovative Inhalte bietet, die auf den neuesten Trends basieren, unterstützt durch die besten Lehrmethoden und ein außergewöhnliches Team von Dozenten, die ihm die Kompetenzen vermittelt, die es ihm ermöglichen, kritische Situationen kreativ und effizient zu lösen.

Da der Unterricht zu 100% online stattfindet, kann der Student seine Studienzeit selbst bestimmen, ohne sich in ein Bildungszentrum begeben zu müssen.

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

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Fachleuten in Journalismus und Politische Kommunikation vorgestellt werden
- ♦ Sein anschaulicher, schematischer und äußerst praktischer Inhalt liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neue Entwicklungen in der politischen Kommunikation
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen ein Selbstbewertungsprozess durchgeführt wird, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in Journalismus und Politischer Kommunikation
- ♦ Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der politischen Kommunikation
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Dieses Programm ermöglicht es Ihnen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und eine anerkannte Fachkraft für politisches Marketing zu werden"*

“

*TECH bietet Ihnen die beste Weiterbildung auf dem Markt für politisches Marketing. Alles, was Sie brauchen, ist der Wunsch zu studieren"*

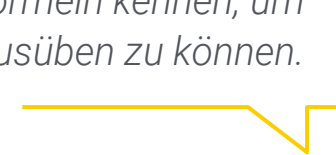
Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die ihre Berufserfahrung in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

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

Die Gestaltung dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Studenten versuchen müssen, verschiedene Situationen zu lösen, die in der beruflichen Praxis auftreten. Dabei werden die Studenten durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten aus den Bereichen Journalismus und politisches Marketing entwickelt wurde.

*Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg einer politischen Organisation. Lernen Sie von diesem Universitätsexperten, wie man erfolgreiche politische Marketingstrategien entwickelt.*

*Der Journalist, der als Experte für politisches Marketing arbeitet, muss die neuesten Formeln kennen, um seinen Beruf ausüben zu können.*



# 02 Ziele

Dieser Universitätsexperte wurde mit dem Ziel gegründet, Journalisten weiterzubilden, um ihre Kompetenzen zu verbessern und sie so auf dem Arbeitsmarkt zu fördern. Ein Ziel, das auf globaler Ebene durch die Förderung der menschlichen Entwicklung ergänzt wird, die den Grundstein für eine verantwortungsvollere und engagiertere, eine bessere Gesellschaft legt. Dieses akademische Programm macht dieses Ziel zur Realität, indem es die notwendigen Werkzeuge zur Verfügung stellt, um die Herausforderung der strategischen Planung von Marketing und politischer Kommunikation zu meistern. Ein Ziel, das der Student dank dieses intensiven und präzisen Programms als selbstverständlich betrachten kann.







“

*TECH hat diese Fortbildung mit einem einzigen Ziel konzipiert: den Kommunikationsprofi zum Erfolg in seiner Praxis als Experte für politisches Marketing zu katapultieren"*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Kennen der Grundlagen von Management, Strategie, Marketing und Kommunikation
- ♦ Verstehen der Funktionsweise von politischen Institutionen und Organisationen
- ♦ Kennen der Ziele und Instrumente von Marketing und politischer Kommunikation
- ♦ Wissen, wie man Marketing- und Kommunikationsinstrumente je nach politischem Produkt einsetzt: Programm, Partei und Kandidat
- ♦ Kennen der Phasen und des Verlaufs einer politischen Kampagne und einer Wahlkampagne



*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördern wird"*





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Gesellschaft, Bürgerschaft und Politik

- ♦ Entwickeln des Konzepts der Staatsbürgerschaft und der Gesellschaft und Erkennen ihrer Rechte und Pflichten
- ♦ Analysieren des sozialen Wandels
- ♦ Untersuchen der Bürgerbeteiligung und des Konzepts der öffentlichen Meinung
- ♦ Entwickeln aller Aspekte von Politik und Ideologien
- ♦ Untersuchen der Konzepte der Demokratie
- ♦ Analysieren aktueller internationaler politischer Szenarien

### Modul 2. Strategisches und operatives Marketing

- ♦ Lernen der Grundlagen des Marketings
- ♦ Lernen über Marketing Management
- ♦ Kennen der Funktionen des strategischen Marketings
- ♦ Lernen der Dimensionen der Marketingstrategie
- ♦ Lernen der Funktionsweise des Marketing-Mix
- ♦ Wissen, wie man Marketingstrategien im digitalen Marketing durchführt
- ♦ Lernen, was *Inbound Marketing* ist und wie es funktioniert

### Modul 3. Politisches Marketing

- ♦ Entwickeln eines Marketingplans
- ♦ Wissen, wie man Marketing- und *Social Business*-Gruppen verwaltet
- ♦ Kennen der Funktionsweise von *Social Marketing*, politischem Marketing und Wahlwerbung
- ♦ Definieren der Bestandteile des politischen Marktes
- ♦ Lernen, wie man soziale und politische Forschung betreibt und eine Diagnose der Situation erstellt
- ♦ Erstellen eines politischen Marketingplans
- ♦ Analysieren der politischen Organisation
- ♦ Definieren der Ziele und Strategien des politischen Marketingplans und wie diese umgesetzt werden sollen

### Modul 4. Führungsqualitäten und persönliche Kommunikation

- ♦ Lernen über Kommunikation und Führung
- ♦ Studieren der zwischenmenschlichen Kommunikation, der persönlichen Fähigkeiten und des Einflusses
- ♦ Analysieren was strategische Führung ist und wie sie funktioniert
- ♦ Erkennen der Bedeutung des öffentlichen Redens
- ♦ Analysieren, wie die Macht in der Organisation strukturiert ist
- ♦ Entwickeln der Aspekte der Managementfunktion und der CSR
- ♦ Lernen der emotionalen Intelligenz und des *Personal Branding*

# 03

# Kursleitung

Der Studienplan und die Inhalte dieses Studiengangs wurden von einem Team von Fachleuten aus den Bereichen Journalismus und politisches Marketing mit langjähriger Berufs- und Lehrerfahrung entwickelt. Die Dozenten sind sich des aktuellen Bedarfs an qualitativ hochwertiger Weiterbildung im Bereich Journalismus und Kommunikation bewusst und haben beschlossen, ihr Wissen zu bündeln, um den Studenten das umfassendste Programm auf dem Markt anzubieten. Dies wird es den Fachleuten ermöglichen, ihre Karriere im Bereich des politischen Marketings mit größerer Sicherheit zu entwickeln.





“

Ein hervorragendes Dozententeam,  
das Ihnen hilft, in Ihrem Beruf an die  
Spitze zu gelangen"

## Internationaler Gastdirektor

Mit fast 20 Jahren Erfahrung in **politischen Kampagnen** auf höchster Ebene und mehr als einem Jahrzehnt in den **Medien** gilt Jess McIntosh als eine der renommiertesten **politischen Kommunikationsstrategen** in den Vereinigten Staaten. Ihre beruflichen Fähigkeiten ermöglichten es ihr, als **Kommunikationsdirektorin der Kandidatin Hillary Clinton** am **Präsidentenwahlkampf 2016** in diesem Land teilzunehmen.

Zusätzlich zu diesem beruflichen Erfolg war McIntosh **stellvertretende Kommunikationsdirektorin** von **EMILY's List**, einem politischen Aktionskomitee, das sich der **Unterstützung von demokratischen Kandidaten** für **öffentliche Ämter**, die sich für die Abtreibung einsetzen, widmet. Sie hat auch andere Organisationen beraten, die ihre soziale Wirkung durch ein schlagkräftiges Messaging verstärken und **Fehlinformationen bekämpfen** wollen.

Gleichzeitig war sie **Beraterin** anderer **politischer Kandidaten** wie Scott Stringer für das Amt des Bezirkspräsidenten von Manhattan und Michael Bloomberg für das Amt des Bürgermeisters von New York City. Sie war auch an der **Kampagne von Al Franken** für den **US-Senat** als dessen **Sekretärin** und **spätere Pressesprecherin** beteiligt. Außerdem war sie **Sprecherin** der **Minnesota Democratic-Farmer-Labor Party**.

Auch in den Medien hat die renommierte **Medienexpertin** viele Erfolge vorzuweisen. Sie hat **hinter den Kulissen** und **vor der Kamera** für Fernseh- und Kabelnachrichtensender in ganz Nordamerika gearbeitet, darunter **CBS, CNN und MSNBC**.

Gleichzeitig hat sie von der Kritik hochgelobte **Podcast- und Audioprogramme** entwickelt und moderiert. Dazu gehört die preisgekrönte **SiriusXM-Radiosendung Signal Boost**, die sie gemeinsam mit der politischen Analystin Zerlina Maxwell moderiert. Außerdem hat sie in zahlreichen Printmedien wie dem **Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29, Shondaland** und anderen über **Politik und Gender** geschrieben. Sie ist außerdem **geschäftsführende Herausgeberin** von **Shareblue Media**, einem US-Nachrichtenportal.



## Fr. McIntosh, Jess

---

- Politische Beraterin und ehemalige Kommunikationsdirektorin für die Präsidentschaftskampagne von Hillary Clinton
- Moderatorin der mehrfach preisgekrönten Radiosendung SiriusXM Signal Boost
- Geschäftsführende Herausgeberin von Shareblue Media
- Politische Analystin bei Nachrichtensendern wie CBS, CNN und MSNBC
- Kolumnistin für Zeitschriften wie das Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 und Shondaland
- Ehemalige Vizepräsidentin von EMILY's List
- Ehemalige Sprecherin der Democratic-Farmer-Labor Party von Minnesota
- Ehemalige Pressesprecherin von Senator Al Franken
- Politische Beraterin von Kandidaten für das Amt des Senators, Bürgermeisters und Bezirkspräsidenten

“

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

## Leitung



### Hr. López Rausell, Adolfo

- ♦ Leiter der TECH Business School
- ♦ Technisches Management in Projekten und Marktstudien bei Investgroup
- ♦ Geschäftsführung des Innovationsclubs der Valencianischen Gemeinschaft
- ♦ Hochschulabschluss in Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ♦ Diplom in Marketing an der ESEM Business School





# 04

## Struktur und Inhalt

Der komplette Studienplan dieses Universitätsexperten wurde von einem Team führender Experten auf dem Gebiet des politischen Marketings entwickelt, die sich der Relevanz einer aktuellen Weiterbildung auf diesem Gebiet als Mittel zur Vertiefung des Wissens bewusst sind und einen sehr umfassenden Studienplan speziell für Fachleute auf dem Gebiet des politischen Marketings entwickelt haben. Nach Abschluss der Fortbildung ist der Student somit viel besser vorbereitet, um in diesem Bereich selbständiger und kompetenter zu arbeiten.



“

*Ein umfassender und vollständiger Studienplan,  
der für die beste Fachkraft entwickelt wurde: Sie"*

## Modul 1. Gesellschaft, Bürgerschaft und Politik

- 1.1. Bürger und Gesellschaft
  - 1.1.1. Konzept der Gesellschaft
  - 1.1.2. Rechte und Pflichten der Bürger
  - 1.1.3. Arten von Bürgern
- 1.2. Sozialer Wandel
  - 1.2.1. Konzept des sozialen Wandels
  - 1.2.2. Faktoren des sozialen Wandels
  - 1.2.3. Transformation des sozialen Wandels
- 1.3. Bürgerbeteiligung
  - 1.3.1. Soziale und Bürgerbeteiligung
  - 1.3.2. Kollektive Beschlussfassung
  - 1.3.3. Arten der Bürgerbeteiligung
- 1.4. Öffentliche Meinung
  - 1.4.1. Arten der öffentlichen Meinung
  - 1.4.2. Interessengruppen
  - 1.4.3. Bevölkerungsgruppen in der öffentlichen Meinung
- 1.5. Gesellschaft, Politik und Macht
  - 1.5.1. Macht in der Gesellschaft
  - 1.5.2. Realität der Politik
  - 1.5.3. Politische Verhaltensfaktoren
- 1.6. Ideologien und politisches Handeln
  - 1.6.1. Konzept und Dimension der Ideologien
  - 1.6.2. Ideologische Gruppen
  - 1.6.3. Manifestationen der Ideologie
- 1.7. Dimensionen der Politik
  - 1.7.1. Politische Regime
  - 1.7.2. Politische Systeme
  - 1.7.3. Faktoren der öffentlichen Politik





- 1.8. Politische Systeme
  - 1.8.1. Konzept und Merkmale
  - 1.8.2. Arten von politischen Systemen
- 1.9. Demokratie: Vertretung und Beteiligung
  - 1.9.1. Definition von Demokratie
  - 1.9.2. Arten von Demokratie
  - 1.9.3. Ebenen der Bürgerbeteiligung
- 1.10. Internationale politische Szenarien
  - 1.10.1. Politische Szenarien in Europa
  - 1.10.2. Politische Szenarien in Nordamerika
  - 1.10.3. Politische Szenarien in Mittelamerika
  - 1.10.4. Politische Szenarien in Lateinamerika

## Modul 2. Strategisches und operatives Marketing

- 2.1. Grundlagen des Marketings
  - 2.1.1. Marketingkonzept
  - 2.1.2. Grundlagen des Marketings
  - 2.1.3. Marketingaktivitäten des Unternehmens
- 2.2. Marketingmanagement
  - 2.2.1. Konzept des Marketingmanagements
  - 2.2.2. Neue Marketing-Realitäten
  - 2.2.3. Ein neuer Markt: Fähigkeiten für Verbraucher und Unternehmen
  - 2.2.4. Ganzheitliche Marketingorientierung
  - 2.2.5. Aktualisierung der 4Ps des Marketings
  - 2.2.6. Aufgaben des Marketingmanagements
- 2.3. Rolle des strategischen Marketings
  - 2.3.1. Konzept des strategischen Marketings
  - 2.3.2. Konzept der strategischen Marketingplanung
  - 2.3.3. Phasen des Prozesses der strategischen Marketingplanung
- 2.4. Dimensionen der Marketingstrategie
  - 2.4.1. Marketingstrategien
  - 2.4.2. Arten der Marketingstrategien

- 2.5. Marketing-Mix
  - 2.5.1. Konzept des Marketing-Mix
  - 2.5.2. Produktstrategien
  - 2.5.3. Strategien zur Preisgestaltung
  - 2.5.4. Vertriebsstrategien
  - 2.5.5. Kommunikationsstrategien
- 2.6. Digitales Marketing
  - 2.6.1. Konzept des digitalen Marketings
  - 2.6.2. Vermarktungsstrategien im digitalen Marketing
- 2.7. *Inbound Marketing*
  - 2.7.1. Wirksames *Inbound Marketing*
  - 2.7.2. Vorteile des *Inbound Marketing*
  - 2.7.3. Messung des *Inbound Marketing*-Erfolgs
- 2.8. Entwicklung des Marketingplans
  - 2.8.1. Konzept des Marketingplans
  - 2.8.2. Analyse und Diagnose der Situation
  - 2.8.3. Strategische Marketingentscheidungen
  - 2.8.4. Operative Marketingentscheidungen
- 2.9. Verwaltung von Marketinggruppen
  - 2.9.1. Marketinggruppen
  - 2.9.2. Erstellung der von Marketinggruppen
  - 2.9.3. Leitlinien für die Verwaltung einer Marketinggruppe
  - 2.9.4. Zukunft der Marketinggruppen
- 2.10. *Social Business*
  - 2.10.1. Strategische Vision des Web 2.0 und seine Herausforderungen
  - 2.10.2. Konvergenzmöglichkeiten und IKT-Trends
  - 2.10.3. Wie man Web 2.0 und soziale Netzwerke profitabel macht
  - 2.10.4. Mobilität und digitale Wirtschaft

## Modul 3. Politisches Marketing

- 3.1. Soziales Marketing
  - 3.1.1. Soziales Marketing
  - 3.1.2. Soziales verantwortungsbewusstes Marketing
  - 3.1.3. Marketing für soziale Belange
- 3.2. Einführung in Politik- und Wahlkampfmarketing
  - 3.2.1. Politisches Marketing
  - 3.2.2. Wahlkampfmarketing
  - 3.2.3. Politische Marktkomponenten
- 3.3. Bürger
  - 3.3.1. Soziale Organisationen
  - 3.3.2. Organisationen und Parteien
  - 3.3.3. Mitglieder und Anhänger
- 3.4. Soziale und politische Forschung
  - 3.4.1. Inhalte der sozialen und politischen Forschung
  - 3.4.2. Soziale Forschungstechniken
  - 3.4.3. Ergebnisse der sozialen und politischen Forschung
- 3.5. Diagnose der sozialen und politischen Situation
  - 3.5.1. Analyse der sozialen und politischen Nachfrage
  - 3.5.2. Analyse der politischen Angebote
  - 3.5.3. Soziale und politische Erwartungen
- 3.6. Politischer Marketingplan
  - 3.6.1. Einführung
  - 3.6.2. Vorteile des politischen Marketingplans
  - 3.6.3. Phasen des politischen Marketingplans
- 3.7. Analyse der politischen Organisation
  - 3.7.1. Interne Analyse der politischen Organisation
  - 3.7.2. Analyse des politischen Wettbewerbs
  - 3.7.3. Analyse des sozialen und politischen Umfelds
  - 3.7.4. SWOT der politischen Organisation

- 3.8. Ziele und Strategien des politischen Marketingplans
  - 3.8.1. Definition der Ziele
  - 3.8.2. Festlegung der Strategien
- 3.9. Aktionsplan der politischen Strategie
  - 3.9.1. Inhalt des Aktionsplans
  - 3.9.2. Messkriterien für Aktionen
  - 3.9.3. Kontrollindikatoren
- 3.10. Implementierung des politischen Marketingplans
  - 3.10.1. Aufgaben des Lenkungsausschusses
  - 3.10.2. Umsetzung des Aktionsplans
  - 3.10.3. Eventualitäten des Plans: Eventualitäten

#### Modul 4. Führungsqualitäten und persönliche Kommunikation

- 4.1. Kommunikation und Führung
  - 4.1.1. Führung und Führungsstile
  - 4.1.2. Motivation
  - 4.1.3. Fähigkeiten und Fertigkeiten der Führungskraft 2.0
- 4.2. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 4.2.1. Körpersprache
  - 4.2.2. Selbstbewusste Kommunikation
  - 4.2.3. Interviews
- 4.3. Persönliche Fähigkeiten und Einfluss
  - 4.3.1. Wirkung und Einfluss
  - 4.3.2. Stressbewältigung
  - 4.3.3. Zeitmanagement
- 4.4. Strategische Führung
  - 4.4.1. Führungsmodelle
  - 4.4.2. Coaching
  - 4.4.3. Mentoring
  - 4.4.4. Transformationelle Führung
- 4.5. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
  - 4.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 4.5.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 4.5.3. Hindernisse für die persönliche Kommunikation
- 4.6. Macht in der Organisation
  - 4.6.1. Macht in Organisationen
  - 4.6.2. Strukturelle Machtquellen
  - 4.6.3. Politische Taktiken
- 4.7. Management und CSR
  - 4.7.1. Strategische Vision der sozialen Verantwortung der Unternehmen
  - 4.7.2. Systeme und Modelle für die Implementierung von CSR
  - 4.7.3. Organisation der CSR. Rollen und Verantwortlichkeiten
- 4.8. Emotionale Intelligenz
  - 4.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
  - 4.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
  - 4.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Sprache
- 4.9. Psychologisches Profil des Kandidaten
  - 4.9.1. Psychologie der Führungsrolle
  - 4.9.2. Persönlichkeitstypologie von Politikern
  - 4.9.3. Erwartungen an den idealen Kandidaten
- 4.10. Personal Branding
  - 4.10.1. Strategien für persönliches Branding
  - 4.10.2. Regeln des Personal Branding
  - 4.10.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke



*Sie sind nur einen Mausklick von einer akademischen Fortbildung auf höchstem Niveau entfernt"*

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 Politisches 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 **Universitätsexperte in Politisches 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 Politisches Marketing**

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

**tech** technologische  
universität

Universitätsexperte

Politisches Marketing

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

# Universitätsexperte

## Politisches Marketing

