

Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation





Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-unternehmenskommunikation-markenstrategie-reputation

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 18

05

Qualifizierung

Seite 26

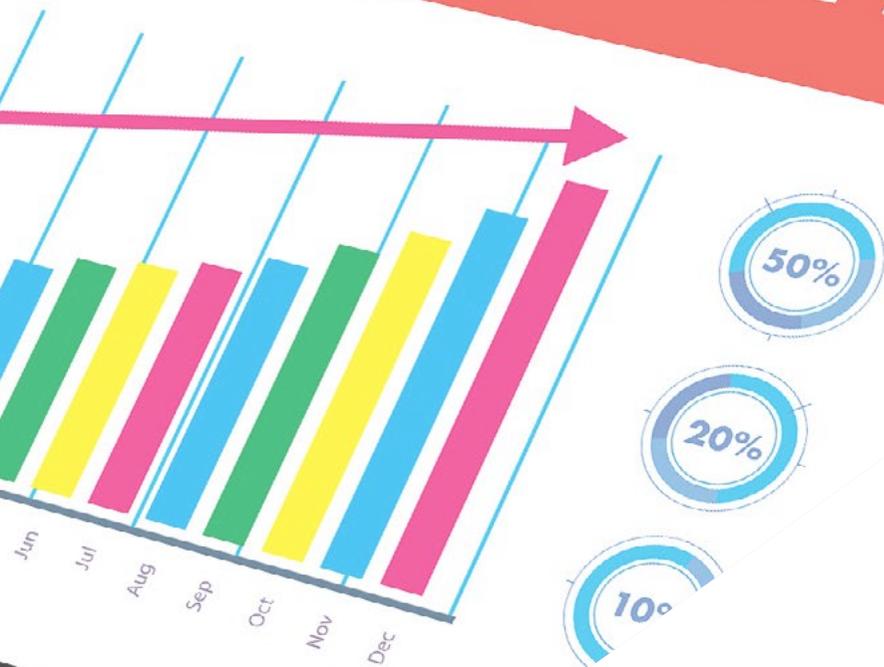
01

Präsentation

Der Aufbau und die Festigung des Images und des Rufs einer Marke ist ein grundlegender Schritt in der Geschäftsstrategie eines Unternehmens. Wird dies nicht richtig gemacht, läuft das Unternehmen Gefahr, von der Öffentlichkeit falsch wahrgenommen zu werden und seine Geschäftsziele nicht zu erreichen. Die Experten von TECH sind sich dessen bewusst und haben diesen Studiengang mit dem Ziel konzipiert, Journalisten in allen Aspekten des Aufbaus einer Markenreputation weiterzubilden. Dies wird der wichtigste Vorteil der Studenten sein, wenn es darum geht, auf einem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen, der immer mehr Journalisten und Kommunikatoren benötigt, die in der Lage sind, Lösungen für die Herausforderungen eines boomenden Sektors anzubieten.



REPUTATION



“

Mit diesem Universitätsexperten werden Sie in der Lage sein, eine erfolgreiche Markenstrategie zu entwickeln und ein erfolgreicher Unternehmenskommunikator zu werden"

Kommunikation ist die Vermittlung einer Botschaft über Kanäle wie soziale Netzwerke, Massenmedien oder Influencer, die für die Markenstrategie eines Unternehmens von großer Bedeutung sind. Heutzutage ist der Ruf einer Marke alles, sogar mehr als das Produkt oder die Dienstleistung, die sie verkauft. Die Kommunikationsagenturen stehen heute vor der Herausforderung, ein Publikum zu überzeugen, das immer besser informiert ist und den ihm präsentierten Informationen kritisch gegenübersteht. Die Überwindung der Vorurteile und Stereotypen des Empfängers, in diesem Fall des Internetnutzers, ist eine der größten Schwierigkeiten für einen Spezialisten in diesem Bereich.

Die Gesundheitskrise hat die ohnehin schon im Umbruch befindliche Wirtschaftslandschaft weiter verändert. Diese Situation hat zur Verbreitung des Online-Handels oder E-Commerce beigetragen. Daher muss der Spezialist in diesem Bereich über die gleiche ausgezeichnete Fähigkeit zur Auswahl von Botschaften und Kanälen verfügen wie ein Maler, der seinen Pinsel in die Palette taucht, und genau darauf zielen die 375 Stunden dieses akademischen Programms ab. Während des Studiums wird die Kommunikation als Studien- und Anwendungsgebiet analysiert. Dazu verfügt TECH über Fachleute mit einer großen beruflichen Karriere an der Spitze von Unternehmen in verschiedenen Sektoren sowie Fachjournalisten. Ebenso werden akademische Fachleute mit der größten Spezialisierung auf dem Gebiet der Unternehmenskommunikation, der Markenstrategie und der Markenreputation anwesend sein.

Ein Plan für Studenten, der auf ihre berufliche Weiterentwicklung ausgerichtet ist und sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich der Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation zu erbringen. Ein Programm, das die Bedürfnisse der Studenten versteht und sie mit innovativen, auf den neuesten Trends basierenden Inhalten ermutigt, ihre Ziele zu erreichen. Unterstützt durch die beste Lehrmethodik und eine außergewöhnliche Dozentengruppe, wird es den Studenten die Fähigkeiten vermitteln, kritische Situationen kreativ und effizient zu lösen.

Da der Unterricht zu 100% online stattfindet, können die Studenten ihre Studienzeiten selbst bestimmen, ohne sich in ein Bildungszentrum begeben zu müssen.

Dieser **Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation** 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, schematischer und äußerst praktischer Inhalt 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
- » Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in den Bereichen Journalismus, Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation
- » Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der digitalen Kommunikation
- » 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



Arbeiten Sie mit den besten Dozenten in diesem Universitätsexperten zusammen, der sich durch einen hervorragenden Studienplan auszeichnet"

“

TECH bietet Ihnen die beste akademische Erfahrung auf dem Markt für Markenstrategie und Unternehmenskommunikation. Alles, was Sie haben müssen, ist der Wunsch zu studieren"

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

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

Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die im Laufe des Studiengangs auftreten. Dabei wird er durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten und erfahrenen Experten auf dem Gebiet der Wirtschaftskommunikation entwickelt wurde.

Werden Sie ein hervorragender Journalist und lernen Sie, wie Sie in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen in allen Branchen erfolgreich 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, Markenstrategie und Reputation.



02 Ziele

Dieses Programm soll Ihre Fähigkeiten stärken und Ihnen helfen, neue Kompetenzen und Fertigkeiten im Bereich der Kommunikation zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung als Journalist und Kommunikator unerlässlich sein werden. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, konkrete Maßnahmen zu konzipieren und umzusetzen, entweder als Teil der Pressestelle eines Unternehmens oder als spezialisierter Journalist. Auf diese Weise werden Sie sich als erfolgreiche Fachkraft positionieren, die über große Fähigkeiten verfügt und in der Lage ist, Projekte unterschiedlicher Größenordnung zu managen.





“

Wenn es Ihr Ziel ist, sich als Journalist und Kommunikator in Unternehmen weiterzuentwickeln und erfolgreiche Strategien und Reputationspläne zu entwickeln, ist dieses Programm ideal für Sie"



Allgemeine Ziele

- » Erwerben eines umfassenden und professionellen Überblicks über das Kommunikationsumfeld und Erkennen der Besonderheiten des Sektors sowie seiner Auswirkungen auf das gesamte Unternehmensgefüge
- » Erwerben von grundlegenden und fortgeschrittenen Kenntnissen, damit Sie in der Lage sind, neue Kommunikationsökosysteme zu schaffen
- » Stärken der Management-, Analyse-, Kreativitäts- und Führungsfähigkeiten als Hauptkompetenzen der Unternehmenskommunikation
- » Entwickeln von ausgezeichneten schriftlichen und mündlichen, verbalen und nonverbalen Kommunikationsfähigkeiten
- » Erwerben der für die Ausübung des Berufs erforderlichen ethischen Verantwortung
- » Entwickeln von Fähigkeiten zum kritischen Denken
- » Erkennen der Gelegenheiten und in der Lage sein, sich durch die Betrachtung der eigenen Arbeit weiterzuentwickeln
- » Verbessern der Agilität bei der Entscheidungsfindung durch Beobachtung, Analyse, Interpretation und Handeln in Bezug auf professionelle Kriterien durch kritische Berichterstattung
- » Verstehen und Wiedergeben des Kommunikationsprozesses in einer effektiven Art und Weise, die an jeden Kanal, jedes Unternehmensprofil und jedes Zielpublikum angepasst ist



*Entwickeln Sie Ihre Fähigkeiten weiter.
Werden Sie ein vielseitiger Kommunikator,
der mit den neuesten Trends Schritt hält*





Spezifische Ziele

Modul 1. Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

- » Entwickeln innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz
- » Planen und Ausführen von umfassenden Kommunikationsplänen

Modul 2. Strategische Planung der Unternehmenskommunikation

- » Erstellen von Texten, die auf den strukturellen und sprachlichen Konventionen der einzelnen Texttypen basieren
- » Entwickeln von Kommunikationsstrategien für die Planung, die das Hauptziel eines jeden Projekts identifizieren

Modul 3. Managementaspekte der Unternehmenskommunikation

- » Implementieren von Managementmodellen, um die internen Kommunikationsprozesse zu optimieren
- » Identifizieren der wichtigsten Rollen und Manager, die Teil des Vorstands eines Unternehmens sind

Modul 4. Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- » Ausarbeiten von *Roadmaps* für Nachhaltigkeit, Transparenz und die Sozialwirtschaft, um sie mit dem allgemeinen ethischen Rahmen des betreffenden Sektors in Einklang zu bringen
- » Identifizieren der sozialen Verantwortung des Unternehmens und Verbreitung dieser Verantwortung über interne Kommunikationskanäle

03

Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus den Bereichen Journalismus, Marketing und Kommunikation entworfen, die sich der aktuellen Relevanz der Fortbildung in diesem Bereich als Mittel zur Vertiefung des Wissensgebietes bewusst sind. Sie haben einen sehr vollständigen Lehrplan entworfen, der speziell für die Weiterbildung von Fachleuten in den Informationswissenschaften und über die Besonderheiten und Charakteristika der Welt der Kommunikations- und Managementfähigkeiten konzipiert wurde. Nach Abschluss der Fortbildung wird der Student also viel besser darauf vorbereitet sein, in diesem Bereich selbständiger und kompetenter zu arbeiten.





TECH verfügt über das umfassendste und aktuellste Studienprogramm auf dem Markt, das Ihnen den Einstieg in eine aufregende Welt mit allen Erfolgsgarantien ermöglicht"

Modul 1. Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

- 1.1. Unternehmensidentität und strategische Vision
 - 1.1.1. Identität und Neudefinition der Unternehmenswerte
 - 1.1.2. Unternehmenskultur
 - 1.1.3. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
 - 1.1.4. Image und öffentliche Projektion
- 1.2. Strategie der Unternehmensmarke
 - 1.2.1. Öffentliches Image und *Stakeholder*
 - 1.2.2. Strategie und Management der Unternehmensmarke
 - 1.2.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität
- 1.3. Reputationstheorie
 - 1.3.1. Reputation als Paradigma für ein gutes Unternehmen
 - 1.3.2. Das Konzept der Unternehmensreputation
 - 1.3.3. Interne Reputation
 - 1.3.4. Der Einfluss der Internationalisierung auf die Unternehmensreputation
- 1.4. Reputationsbewertung
 - 1.4.1. Das Audit der Unternehmensreputation
 - 1.4.2. *Listed Companies Reputation Monitor*
 - 1.4.3. Reputationsindex für gute Unternehmensführung
 - 1.4.4. Analyse der sektoralen Reputation
- 1.5. Reputationsmanagement
 - 1.5.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
 - 1.5.2. Fokus auf Markenreputation
 - 1.5.3. Management der Reputation von Führungskräften
- 1.6. Management von Reputationsrisiken und Krisen
 - 1.6.1. Zuhören und Wahrnehmungen steuern
 - 1.6.2. Verfahren, Krisenhandbuch und Krisenpläne
 - 1.6.3. Schulung von Pressesprechern für Krisenfälle
- 1.7. Ethische Nachhaltigkeit
 - 1.7.1. Strategie und Nachhaltigkeitskriterien
 - 1.7.2. Kommunikationskampagnen mit Nachhaltigkeitskriterien
 - 1.7.3. Positionierung und nachhaltiges Markenimage





- 1.8. Metriken und Analysen zu Marke und Reputation
 - 1.8.1. Einführung in die Metrik der Unternehmensmarke
 - 1.8.2. Interne und externe Messraten
 - 1.8.3. Instrumente zur Markenverwaltung
 - 1.8.4. Rankings und Markenbewertung

Modul 2. Strategische Planung der Unternehmenskommunikation

- 2.1. *Strategic Planner*
 - 2.1.1. Strategischer Planer: Ursprünge und Funktionen
 - 2.1.2. Der *Strategic Planner* in Werbeunternehmen, strategischen Beratungsfirmen und Kommunikationsunternehmen
 - 2.1.3. Management von *Stakeholdern*
- 2.2. Modelle und Schulen für Planung
 - 2.2.1. Modelle für die Verwaltung immaterieller Werte
 - 2.2.2. Immaterielle Werte und strategischer Plan
 - 2.2.3. Bewertung von immateriellen Werten
 - 2.2.4. Reputation und immaterielle Werte
- 2.3. Qualitative Forschung in der strategischen Planung
 - 2.3.1. Erkennung von *Insights*
 - 2.3.2. *Focus Group* für die strategische Planung
 - 2.3.3. Planung strategischer Interviews
- 2.4. Quantitative Forschung in der strategischen Planung
 - 2.4.1. Analysieren von Daten und Ziehen von Schlussfolgerungen
 - 2.4.2. Einsatz psychometrischer Techniken
 - 2.4.3. Herausforderungen in der Forschung im Bereich der Unternehmenskommunikation
- 2.5. Formulierung der kreativen Strategie
 - 2.5.1. Erkundung strategischer Alternativen
 - 2.5.2. *Contra Briefing* oder kreatives *Briefing*
 - 2.5.3. *Branding* und *Positioning*
- 2.6. Strategischer Einsatz der verschiedenen Medien
 - 2.6.1. 360°-Kampagnen
 - 2.6.2. Einführung neuer Produkte
 - 2.6.3. Soziale Trends

- 2.6.4. Bewertung der Effektivität
- 2.7. Trends in der Unternehmenskommunikation
 - 2.7.1. Erstellung und Verteilung von Unternehmensinhalten
 - 2.7.2. Unternehmenskommunikation im Web 2.0
 - 2.7.3. Einführung von Metriken in den Kommunikationsprozess
- 2.8. Sponsoring und Mäzenatentum
 - 2.8.1. Handlungsstrategien für Sponsoring, Mäzenatentum und soziale Werbung
 - 2.8.2. Kommunikationsmöglichkeiten und materielle und immaterielle Erträge
 - 2.8.3. *Hospitality* und Partnerschaftsaktionen

Modul 3. Managementaspekte der Unternehmenskommunikation

- 3.1. Kommunikation in Unternehmen
 - 3.1.1. Organisationen, Menschen und Gesellschaft
 - 3.1.2. Historische Entwicklung des Organisationsverhaltens
 - 3.1.3. Bidirektionale Kommunikation
 - 3.1.4. Kommunikationsbarrieren
- 3.2. Struktur, Verwaltung und Herausforderungen des Kommunikationsmanagements
 - 3.2.1. Abteilungsstruktur der Kommunikationsdirektionen
 - 3.2.2. Aktuelle Trends bei Managementmodellen
 - 3.2.3. Integration von immateriellen Werten
 - 3.2.4. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
- 3.3. Umfassender Kommunikationsplan
 - 3.3.1. Audit und Diagnose
 - 3.3.2. Ausarbeitung des Kommunikationsplans
 - 3.3.3. Ergebnisse messen: KPIs und ROI
- 3.4. Medieneffekte
 - 3.4.1. Wirksamkeit von Marketing und Werbekommunikation
 - 3.4.2. Theorien über Medieneffekte
 - 3.4.3. Soziale und *Co-Creation*-Modelle
- 3.5. Pressestellen und Medienarbeit
 - 3.5.1. Identifizierung von Informationsbedarf und -möglichkeiten
 - 3.5.2. Verwaltung von Berichten und Interviews mit Pressesprechern
 - 3.5.3. Virtueller *PressRoom* und E-Kommunikation
 - 3.5.4. Kauf von Werbeflächen

- 3.6. Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.6.1. PR-Strategie und -Praxis
 - 3.6.2. Protokoll und zeremonielle Regeln
 - 3.6.3. Veranstaltungsorganisation und kreatives Management
- 3.7. Lobbys und Interessengruppen
 - 3.7.1. Meinungsgruppen und ihre Rolle in Unternehmen und Institutionen
 - 3.7.2. Institutionelle Beziehungen und *Lobbying*
 - 3.7.3. Interventionsbereiche, Regulierungsinstrumente, Strategie und Mittel zur Verbreitung
- 3.8. Interne Kommunikation
 - 3.8.1. Programme für Motivation, soziales Engagement, Teilnahme und Weiterbildung mit HR
 - 3.8.2. Interne Kommunikationsmittel und Medien
 - 3.8.3. Der interne Kommunikationsplan
- 3.9. *Branding & Naming*
 - 3.9.1. Markenmanagement und Koordination der Einführung neuer Produkte
 - 3.9.2. Neupositionierung der Marken
- 3.10. Publikumsvorhersage und Datenquellen
 - 3.10.1. Maßeinheiten und Publikumsprofile
 - 3.10.2. Affinität, *Share*, *Rating* und GRP's
 - 3.10.3. Aktuelle Anbieter auf dem Werbemarkt

Modul 4. Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 4.1. Management und CSR
 - 4.1.1. Strategische Vision der sozialen Verantwortung der Unternehmen
 - 4.1.2. *Balanced Scorecard*
 - 4.1.3. Systeme und Modelle für die Implementierung von CSR
 - 4.1.4. Organisation der CSR. Rollen und Verantwortlichkeiten
- 4.2. *Corporate Responsibility*
 - 4.2.1. Wertschöpfung in einer Wirtschaft der immateriellen Werte
 - 4.2.2. CSR: Unternehmensengagement
 - 4.2.3. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen

- 4.3. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
 - 4.3.1. Nachhaltigkeit und die Verantwortung des CFO
 - 4.3.2. Transparenz der Informationen
 - 4.3.3. Verantwortungsvolle Finanzen und Investitionen
 - 4.3.4. Sozialwirtschaft, Genossenschaftswesen und soziale Verantwortung der Unternehmen
- 4.4. Unternehmen und Umwelt
 - 4.4.1. Nachhaltiges Wachstum
 - 4.4.2. Gesetzliche Entwicklungen bei der Umwelthaftung
 - 4.4.3. Reaktion der Unternehmen auf die Umweltproblematik
 - 4.4.4. Abfall und Emissionen



Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Lernerfahrung zur Förderung Ihrer beruflichen Entwicklung"



04

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.



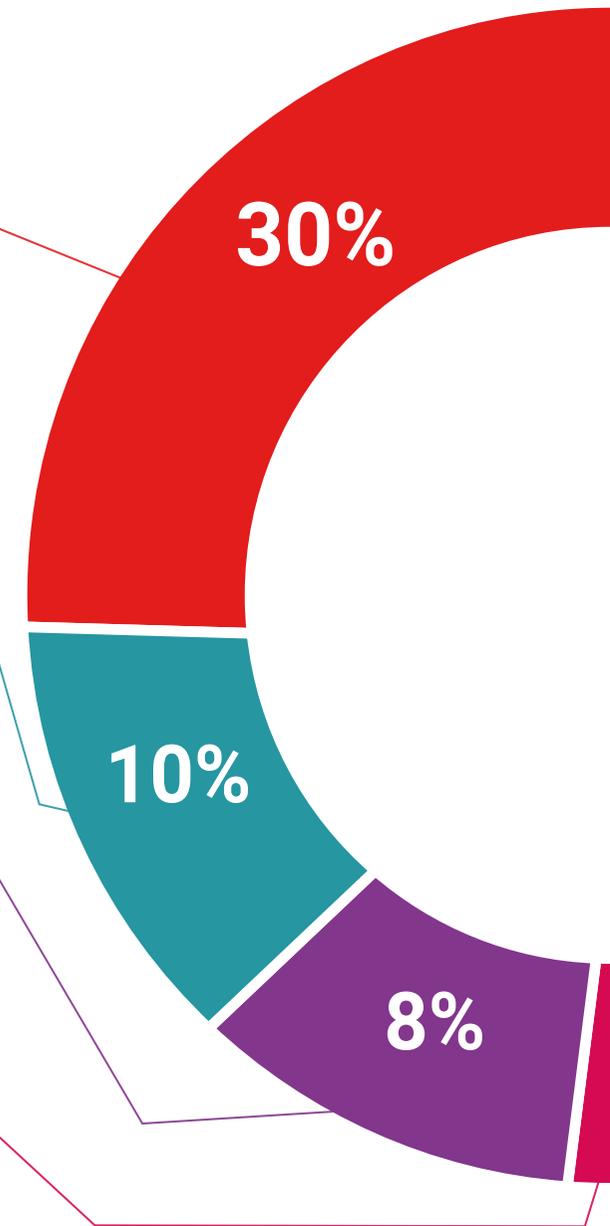
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

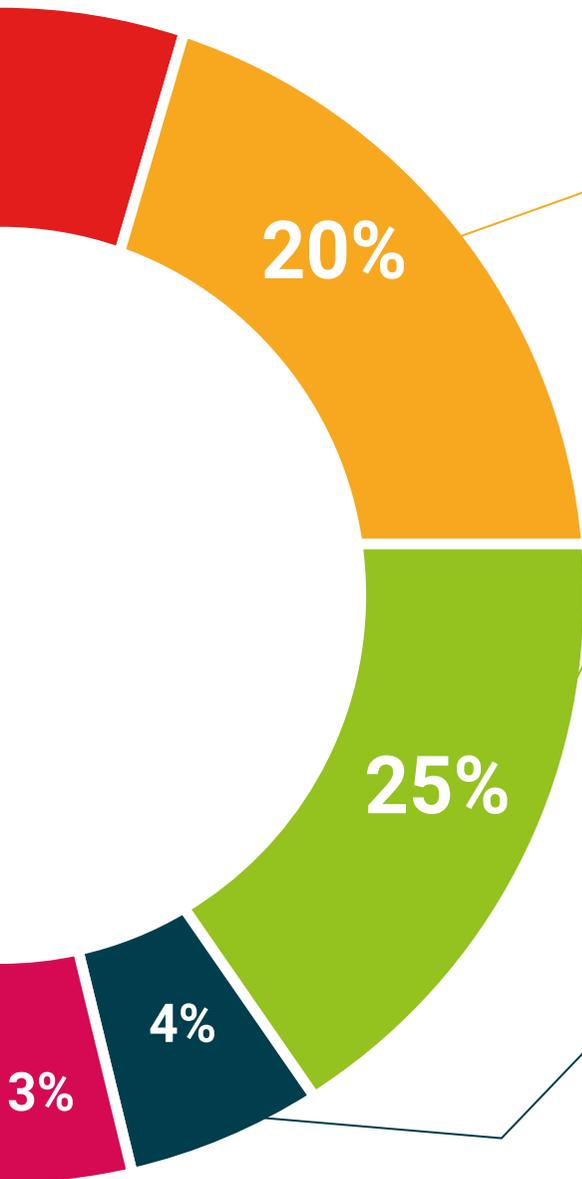
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



05

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation 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 Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation** 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 Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **375 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
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation

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

Universitätsexperte

Unternehmenskommunikation,
Markenstrategie und Reputation

