

Universitätskurs

Branded Content: Marken als Publishers





Universitätskurs

Branded Content: Marken als Publishers

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/branded-content-marken-publishers

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

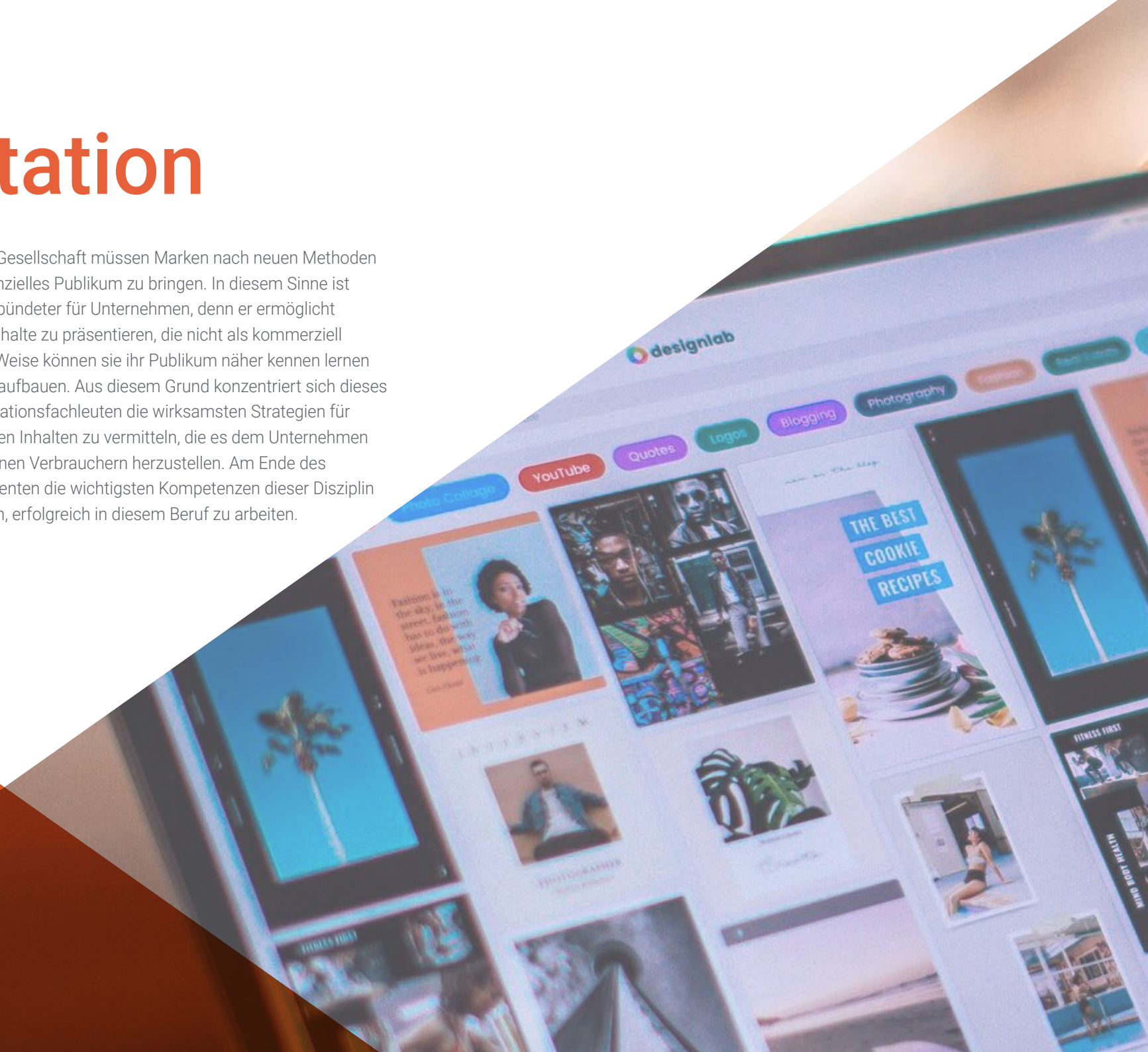
Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

In einer von Werbung übersättigten Gesellschaft müssen Marken nach neuen Methoden suchen, um Botschaften an ihr potenzielles Publikum zu bringen. In diesem Sinne ist *Branded Content* ein großartiger Verbündeter für Unternehmen, denn er ermöglicht es ihnen, der Öffentlichkeit andere Inhalte zu präsentieren, die nicht als kommerziell wahrgenommen werden. Auf diese Weise können sie ihr Publikum näher kennen lernen und eine bessere Beziehung zu ihm aufbauen. Aus diesem Grund konzentriert sich dieses TECH-Programm darauf, Kommunikationsfachleuten die wirksamsten Strategien für die Erstellung von markengebundenen Inhalten zu vermitteln, die es dem Unternehmen ermöglichen, eine Verbindung zu seinen Verbrauchern herzustellen. Am Ende des Studienprogramms werden die Studenten die wichtigsten Kompetenzen dieser Disziplin erworben haben und in der Lage sein, erfolgreich in diesem Beruf zu arbeiten.





“

Erstellen Sie aussagekräftige Botschaften, die mit den Markenwerten verknüpft sind, und werden Sie mit diesem umfassenden Universitätskurs zu einem unverzichtbaren Aktivposten für Ihr Unternehmen"

Branded Content ist zweifelsohne ein sehr wirksames Mittel, um potenzielle Zielgruppen in einem von Werbung übersättigten Markt zu erreichen. Dank der Kommunikationsmaßnahmen, die die Werte der Marke definieren, das Gespräch mit der Zielgruppe anregen und den Mehrwert des Produkts oder der Dienstleistung aufzeigen, gelingt es den Unternehmen, die Wahrnehmung des Publikums zu verändern und nicht mehr nur als kommerzielle Einheit gesehen zu werden, sondern eine Verbindung zu den Menschen herzustellen.

TECH ist sich der Bedeutung von *Branded Content* bewusst und hat dieses Programm entwickelt, in dem die Teilnehmer in nur 6 Wochen in die Lage versetzt werden, sich mit dieser komplexen Disziplin eingehend zu befassen. Im Verlauf des Universitätskurses werden Themen behandelt, die von der Analyse der traditionellen Werbemethode über *Branded Content* in der Marketing- *Mix*-Strategie bis hin zu den effektivsten Methoden zur Reproduktion von *Branded Content* reichen.

Am Ende des Universitätskurses wird der Student die Fähigkeiten erworben haben, als Verantwortlicher für *Branded Content* in großen Unternehmen zu arbeiten oder in seinem eigenen professionellen Projekt großartige Ergebnisse zu erzielen. Und das alles, ohne das Haus zu verlassen, 100% online und mit dem Komfort, dass Sie studieren können, wo, wie und wann Sie wollen.



Lernen Sie, wie man Branded Content in verschiedenen Formaten und Verbreitungskanälen einsetzt, und Sie werden sich als umfassender und gefragter Profi positionieren"

Dieser **Universitätskurs in Branded Content: Marken als Publishers** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Kommunikationsexperten vorgestellt werden
- ♦ Ihre anschaulichen, schematischen und äußerst praktischen Inhalte vermitteln theoretische und praktische Informationen über die für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen
- ♦ Neuigkeiten über *Branded Content*
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden der transmedialen Kommunikation
- ♦ Das interaktive Lernsystem, welches auf Algorithmen zur Entscheidungsfindung in gegebenen Situationen basiert
- ♦ 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

“

Dank dieses Universitätskurses werden Sie verstehen, wie Branded Content in die Marketing- und Kommunikationsstrategie einer Marke integriert wird"

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

Die multimedialen Inhalte, die mit den 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.

Das Konzept dieses Programms basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die während des Programms auftreten. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Studieren Sie bei TECH und entwickeln Sie Ihre berufliche Karriere mit der preisgekrönten Online-Lehrmethode, die es auf dem Markt gibt.

Sie werden lernen, kraftvolle Botschaften zu verfassen und die nötige Verbindung mit Ihrem Publikum herzustellen.



02 Ziele

In dem Bewusstsein, dass der Begriff *Branded Content* relativ neu ist und viele Kommunikationsfachleute noch nicht mit dieser Disziplin vertraut sind, hat TECH dieses Programm entwickelt, das darauf abzielt, die Grundlagen für die Definition von *Branded Content*, seine wirksamsten Methoden und die Messung seiner Ergebnisse zu schaffen. Eine einzigartige Gelegenheit, alles über einen boomenden Bereich zu erfahren und sich an der Spitze des Sektors zu positionieren.



“

Möchten Sie lernen, wie Sie einzigartige Botschaften gestalten und die Wahrnehmung Ihrer Marke verbessern können? Mit einem Studium bei TECH können Sie das erreichen"



Allgemeines Ziel

- Wissen, was *Branded Content* ist, wie es funktioniert und wie es in die Unternehmensstrategie integriert werden kann

“

Sie werden tiefer in die verschiedenen Formate, Genres und Kommunikationskanäle von Branded Content eindringen und ein viel kompetenterer Profi werden"





Spezifische Ziele

- Untersuchung von Markeninhalten im Rahmen des Kommunikations *Mix*, vor dem Hintergrund der Übersättigung mit Werbung
- Durchführung einer eingehenden Analyse der Unterschiede zwischen Werbung und *Branded Content* sowie deren Umfang (Erstellung, Formate, Messung)

03

Kursleitung

Für diesen Universitätskurs hat TECH ein Team von Spitzenfachleuten zusammengestellt, das den Studenten alles beibringt, was mit Markeninhalten zu tun hat. Fachleute aus den Bereichen Wirtschaft, Kommunikation und Marketing, die den Studenten eine aktualisierte und völlig neue Sicht auf die Handlungsfelder der Disziplin vermitteln können. Am Ende des Universitätskurses wird der Absolvent also das notwendige Rüstzeug für eine erfolgreiche Arbeit in diesem Bereich erworben haben.





“

Von den Erfahrungen der besten Experten der Branche zu lernen, ist eine Garantie für langfristigen Erfolg. Dies ist nur durch ein Studium an der TECH möglich"

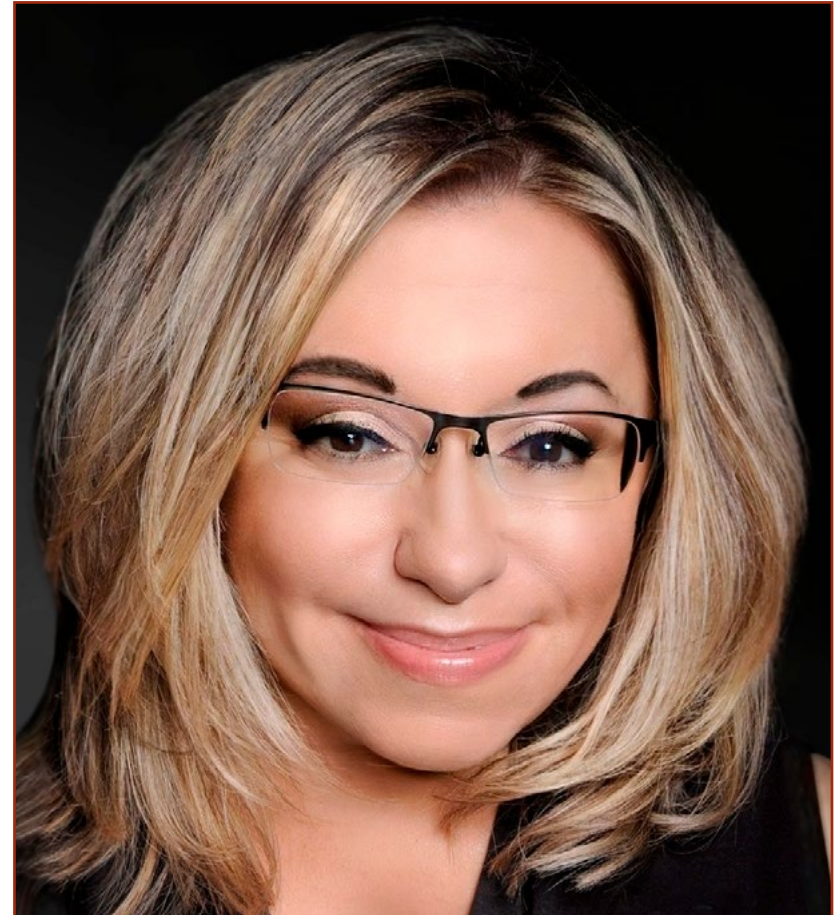
Internationaler Gastdirektor

Im Bereich der darstellenden Künste und Medien ist der Name Magda Romanska auf internationaler Ebene unverkennbar. Die Expertin hat unter anderem als leitende Forscherin am metaLAB der Harvard University gearbeitet und leitet das Transmedia Arts Seminar am renommierten Mahindra Humanities Center. Darüber hinaus hat sie zahlreiche Studien in Verbindung mit Institutionen wie dem Zentrum für Europäische Studien und dem Davis-Zentrum für Russische und Eurasische Studien entwickelt.

Ihre Arbeitsbereiche konzentrieren sich auf die Überschneidung von Kunst, Geisteswissenschaften, Technologie und transmedialem Storytelling. Zu diesem umfassenden Rahmen gehören auch Multiplattform- und Metaverse-Dramaturgie sowie die Interaktion zwischen Menschen und künstlicher Intelligenz in der Performance. Auf der Grundlage ihrer eingehenden Studien in diesen Bereichen hat sie Drametrics entwickelt, eine quantitative und computergestützte Analyse von dramatischen Texten.

Sie ist außerdem Gründerin, CEO und Chefredakteurin von TheTheatreTimes.com, dem weltweit größten digitalen Theaterportal. Sie hat auch Performap.org ins Leben gerufen, eine interaktive digitale Karte von Theaterfestivals, die durch das Labor für Digitale Geisteswissenschaften in Yale und einen Innovationszuschuss der LMDA finanziert wurde. Sie war auch für die Entwicklung des International Online Theatre Festival (IOTF) verantwortlich, einem jährlichen globalen Streaming-Theaterfestival, das bisher mehr als eine Million Teilnehmer erreicht hat. Darüber hinaus wurde diese Initiative mit dem zweiten internationalen Kultur-Online-Preis für das „Beste Online-Projekt“ ausgezeichnet, der unter 452 anderen Vorschlägen aus 20 Ländern vergeben wurde.

Dr. Romanska wurde außerdem mit den MacDowell, Apothetae und Lark Theatre Playwriting Fellowships der Time Warner Foundation ausgezeichnet. Darüber hinaus wurde sie mit dem PAHA Creative-Preis und dem Elliott Hayes Award for Excellence in Playwriting



Dra. Romanska, Magda

- Leitende Forscherin am metaLAB von Harvard
- Geschäftsführende Direktorin und Chefredakteurin bei TheTheatreTimes.com
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Minda-Zentrum für Europäische Studien in Güzburg
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Davis-Zentrum für Russische und Eurasische Studien
- Professorin für Darstellende Künste am Emerson College
- Außerordentliche Professorin am Berkman-Zentrum für Internet und Gesellschaft
- Promotion in Theater, Film und Tanz von der Cornell University
- Masterstudiengang in Modernes Denken und Literatur an der Stanford University
- Absolventin der Yale School of Drama und der Abteilung für Vergleichende Literaturwissenschaft
- Präsidentin des Seminars für Transmediale Künste am Mahindra Humanities Center
- Mitglied des Beirats von Digital Theatre+

“

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

Leitung



Dr. Regueira, Javier

- ♦ Vizepräsident und Mitbegründer der spanischen Vereinigung für Branded Content
- ♦ Geschäftsführer der spezialisierten Agentur für Branded Content ZOND (Teil der MIO Group)
- ♦ Dozent an der Päpstlichen Universität Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ♦ Ehemaliger Marketingleiter bei BDF Nivea und Imperial Tobacco
- ♦ Autor, *Blogger* und TEDx Speaker
- ♦ Promotion in Markeninhalten
- ♦ Hochschulabschluss in CC.EE. Europäische ICADE E4
- ♦ Masterstudiengang in Marketing

Professoren

Fr. Ugidos, Susana

- ♦ Umfassende Berufserfahrung in der Content-Strategie
- ♦ Hochschulabschluss in Handelsmanagement und Marketing
- ♦ Postgraduate Degrees in Management Development, Branded Content und Transmedia sowie Digital Marketing und Design Thinking

Dr. Montoya Rubio, Alba

- ♦ Netzwerk- und Kommunikationsexpertin, A'Punt (Valencianische Gesellschaft für Kommunikationsmedien)
- ♦ Mitwirkende Professorin UOC
- ♦ Promotion in Musik und Film, Universität von Barcelona
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation, Universität Pompeu Fabra, von Barcelona
- ♦ Masterstudiengang in Musik als interdisziplinäre Kunst, Universität von Barcelona



04

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieses Diploms sind so konzipiert, dass sie in einem 100%igen Online-Format und in 6 Wochen vermittelt werden. Sie werden die Rolle von Marken als *Publisher* und die verschiedenen Formate, Methoden und Werbekanäle kennenlernen, die *Branded Content* zu einer äußerst effektiven Option machen, um das Publikum an eine Marke zu binden. Eine einmalige Gelegenheit, alles zu lernen, was Sie brauchen, um erfolgreich als *Branded Content* Manager zu arbeiten.





“

Sie werden in Ihrem eigenen Tempo studieren, ohne unterwegs zu sein, und Sie werden dank TECH ein besserer Profi werden"

Modul 1. *Branded Content*: Marken als *Publishers*

- 1.1. Das traditionelle Werbemodell: *Push*
 - 1.1.1. Wichtige Aspekte der *Push*-Kommunikationsstrategien
 - 1.1.2. Ursprünge und Entwicklung
 - 1.1.3. Die Zukunft der *Push*-Strategien
- 1.2. Das neue *Pull*-Modell
 - 1.2.1. Schlüsselaspekte von *Pull*-Kommunikationsstrategien
 - 1.2.2. Ursprünge und aktueller Kontext
 - 1.2.3. Schlüssel zum Erfolg
- 1.3. *Branded Content*
 - 1.3.1. *Branded Content*, Content Marketing und *Native Advertising*
 - 1.3.2. Wie man *Branded Content* erkennt?
- 1.4. Marken als *Publishers*: Auswirkungen
 - 1.4.1. Die neue Wertschöpfungskette
 - 1.4.2. Implikation
 - 1.4.3. Modelle
- 1.5. *Branded Content* und seine Rolle im *Mix* der Kommunikation
 - 1.5.1. Aktueller Kontext
 - 1.5.2. *Branded Content* und Ziel der Marke
 - 1.5.3. Inspirierende Fälle
- 1.6. Die Koexistenz von Inhalt und Werbung
 - 1.6.1. Unterschiede
 - 1.6.2. Beitrag zum *Brand Equity*
 - 1.6.3. Beispiele für Koexistenz





- 1.7. *Branded Content*: Formate und Genres
 - 1.7.1. Genres
 - 1.7.2. Andere Ansätze, andere Genres
 - 1.7.3. Formate
- 1.8. Methodik der Erstellung von *Branded Content*
 - 1.8.1. Strategie
 - 1.8.2. Ideenfindung
 - 1.8.3. Produktion
- 1.9. Die Bedeutung von Werbung für Markeninhalte
 - 1.9.1. Methodik
 - 1.9.2. Phasen
 - 1.9.3. Formate
- 1.10. Messung der Wirksamkeit von *Branded Content*
 - 1.10.1. Wie man ein BC-Projekt misst?
 - 1.10.2. Qualitative und quantitative Messung
 - 1.10.3. Metriken und KPI' s

“

*Bieten Sie den Zuschauern ein
einzigartiges Kommunikationserlebnis
dank Ihrer hervorragenden Kenntnisse
des transmedialen Storytellings"*

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

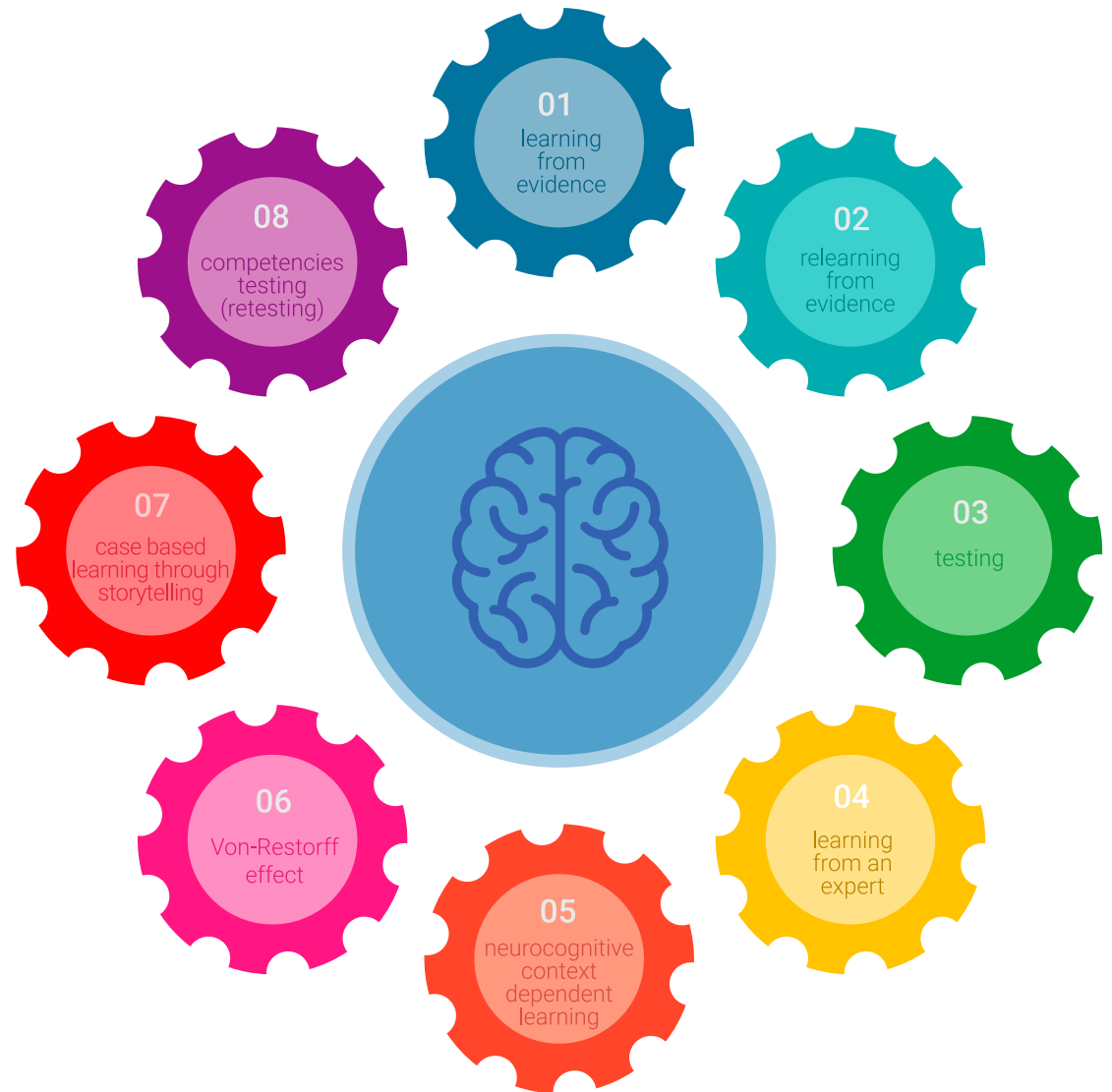
TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

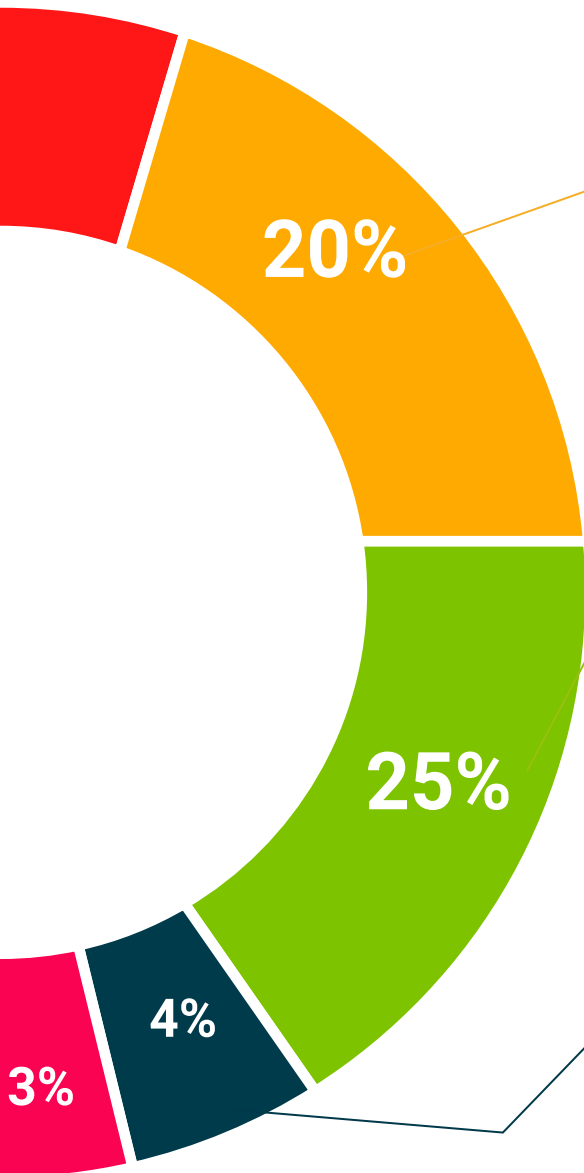
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Universitätskurs in Branded Content: Marken als Publishers garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Branded Content: Marken als Publishers** 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: **Universitätskurs in Branded Content: Marken als Publishers**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer sparten

tech technologische
universität

Universitätskurs

Branded Content:

Marken als Publishers

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

Universitätskurs

Branded Content: Marken als Publishers