

Universitätskurs

Copywriting für Kundenservice



82867861589



Universitätskurs

Copywriting für Kundenservice

- » 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/copywriting-kundenservice

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodik

Seite 16

05

Qualifizierung

Seite 24

01

Präsentation

Die neuen Technologien haben die Kommunikation und die Gründung digitaler Unternehmen begünstigt, gleichzeitig aber auch zu einem Mangel an Nähe und Menschlichkeit geführt. Um diese Barrieren zu überwinden, ist es dem Copywriting mit seinen überzeugenden Schreibtechniken gelungen, den Botschaften mehr Wärme zu verleihen und die Kaufaufforderung mit einer viel attraktiveren Erzählung zu versehen. Die Beherrschung dieser Formeln für den Verkauf und die Kundenbetreuung während des gesamten Prozesses stehen im Mittelpunkt dieses 100%igen Online-Programms. Eine Qualifizierung mit den neuesten und aktuellsten Inhalten über die Rolle der emotionalen Sprache, den Gewinn oder den richtigen Umgang mit dem Käufer. Und das alles in nur 6 Wochen und mit der Unterstützung der besten Spezialisten auf diesem Gebiet.



“

Wissen Sie, wie Sie den Umsatz Ihrer Kunden mit den überzeugenden Techniken des Copywriting steigern können? Finden Sie es heraus in diesem Universitätskurs“

Die Differenzierung der Unternehmen im Internet erfolgt heutzutage durch den angemessenen und präzisen Gebrauch der Sprache. Um von der Technologie wegzukommen, kann die Kälte der Kommunikation über den Bildschirm oder den *Chatbot* nur durch die Verwendung einer ansprechenden, einfachen und attraktiven Sprache überwunden werden.

Eine Aufgabe, die auf den ersten Blick einfach erscheinen mag, beinhaltet die Kunst, die richtigen Worte zu finden, um so präzise wie möglich zu sein, Empathie zu wecken und zum Handeln aufzufordern, um Verkäufe zu erzielen. Dieses Wissen wird in dem 150 Unterrichtsstunden umfassenden Universitätskurs in Copywriting für Kundenservice vermittelt.

Es handelt sich um einen akademischen Kurs, der die Studenten dazu anregt, sich auf dynamische Weise mit dem Einsatz der Überzeugungskraft und ihrer Bedeutung für das Copywriting, der Rolle der emotionalen Sprache, dem Gewinn oder der Anwendung der Techniken dieser Disziplin zu befassen, um den Verkauf zu steigern und den Kunden während des gesamten Prozesses von Anfang bis Ende zu begleiten.

Ein theoretisch-praktischer Lehrplan, der dank der zahlreichen didaktischen Ressourcen, aus denen er sich zusammensetzt, an Tempo gewinnt: Videozusammenfassungen, *in Focus* Videos, multimediale Pillen, wichtige Lektüre und Erfolgsgeschichten.

Dank des *Relearning*-Systems, das auf der ständigen Wiederholung der wichtigsten Inhalte basiert, müssen die Studenten nicht mehr viele Stunden mit Lernen und Auswendiglernen verbringen.

TECH bietet somit eine hervorragende Möglichkeit, in einem gefragten Sektor voranzukommen, und zwar mit einem Hochschulabschluss, auf den die Studenten jederzeit und überall zugreifen können. Alles, was sie brauchen, ist ein elektronisches Gerät mit Internetzugang, um jederzeit die Inhalte der virtuellen Plattform abrufen zu können. Ein Programm, das im heutigen akademischen Panorama seinesgleichen sucht.

Dieser **Universitätskurs in Copywriting für Kundenservice** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kommunikation, Marketing und Copywriting vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll technische und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ 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



Bauen Sie eine effektive interne Kommunikation auf, die auf den von diesem Universitätsabschluss vermittelten Kopierstrategien basiert“

“

*Mit den in diesem Programm
gezeigten Techniken werden
Sie in der Lage sein, B2B-
Unternehmenspräsentationen
auf hohem Niveau zu erstellen“*

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen 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 Studiengangs auftreten. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

*Keine Präsenzveranstaltungen oder
festgelegte Unterrichtsstunden. Diese
akademische Option ist so konzipiert,
dass Sie sich Ihre Studienzeit selbst
einteilen können.*

*Sie werden alle Techniken zur
Hand haben, um schnell und in
komplizierten Situationen auf
Kunden reagieren zu können.*



02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätskurses ist es, Kommunikationsfachleuten alle technischen und schriftlichen Mittel an die Hand zu geben, die sie benötigen, um den Kundenservice in einem Unternehmen durch Copywriting zu verbessern. Um dieses Ziel zu erreichen, wird ein Team von Fachleuten mit umfassender Erfahrung in diesem Sektor die Studenten anleiten und alle Fragen beantworten, die sie zum Inhalt dieses Programms haben.



“

*Sie werden ein Experte im Aufbau von
Markenvertrauen durch Transparenz
und Ehrlichkeit"*



Allgemeine Ziele

- ♦ Bereitstellen eines breiten und tiefen Einblicks in den Beruf des Copywriters in seinen verschiedenen Facetten
- ♦ Aufzeigen der verschiedenen Bereiche, in denen Copywriting eingesetzt werden kann: Webseiten, Anzeigen, Markteinführungen oder *Content Marketing*
- ♦ Vermitteln eines vertieften Studiensystems für die Entwicklung des *Brandings* einer Marke mit dem *Verbal Identity Manual*
- ♦ Anbieten einer vollständigen Studie über Psychologie, Neuromarketing und *Neurocopywriting*
- ♦ Vertieftes Kennen der Beziehung zwischen Sprache und Überzeugung, Emotion und Nutzen
- ♦ Ausbilden von Experten im Bereich Copywriting, die in der Lage sind, einen Inhaltsplan zu erstellen und für jedes der großen sozialen Netzwerke von heute zu schreiben
- ♦ Ausbilden von Experten für Kundenservice-Management, interne Kommunikation und B2B- und B2C-Kundenakquisitionsstrategien
- ♦ Bereitstellen der Tools, um zu wissen, wie man einen Verkaufstrichter von Anfang bis Ende durchführt
- ♦ Anbieten der Werkzeuge, um zu wissen, wie man eine digitale Markteinführung entwickelt
- ♦ Anleiten zum überzeugenden Schreiben von Blogartikeln, Videodrehbüchern und Podcast-Skripten
- ♦ Ausbilden von Werbetextern, die in der Lage sind, Anzeigen für die wichtigsten sozialen Netzwerke zu schreiben
- ♦ Anleiten zur Arbeit als freiberuflicher Texter von der ersten Minute an oder zur Arbeit für andere





Spezifische Ziele

- *Erfahren, warum Überzeugungstechniken beim Copywriting wichtig sind*
- Wissen, was die Sprache der Emotionen ist und wie sie verwendet wird
- Erfahren, auf welche Weise die Sprache des Profits verwendet wird
- Erlernen realer Beispiele für die Sprache der Überzeugung
- Erlernen von Werbetexten zur Verkaufssteigerung: Autorität und Vertrauen
- Entdecken, wie Copywriting im Kundenservice eingesetzt werden kann
- Wissen, wie man Kommunikation in komplizierten Situationen handhabt
- Erkennen der Bedeutung der internen Kommunikation
- Lernen, wie man eine B2B-Präsentation angeht
- Wissen, was ein CRM ist und wie man Copywriting in diesem Bereich anwendet



Bauen Sie Verkaufsautorität mit den effektivsten Techniken aus der Welt des Copywritings auf"

03

Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Programms wurde so konzipiert, dass er in 150 Unterrichtsstunden die umfassendsten und fortschrittlichsten Inhalte über den Einsatz von Copywriting-Techniken zur Umsatzsteigerung, zur Verbesserung des Kundenservice und der internen Kommunikation vermittelt. Darüber hinaus widmet dieser Lehrplan der B2B-Kommunikation einen eigenen Bereich, der dem Profi einen breiteren Überblick über die von einem Werbetexter angebotenen Dienstleistungen gibt. All dies wird durch zahlreiche zusätzliche Lehrmaterialien ergänzt, die 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche zur Verfügung stehen.



“

Wissen Sie, wie Sie den Service für die internen Zielgruppen des Unternehmens anbieten können? Schreiben Sie sich jetzt in dieses Programm ein und lernen Sie es"

Modul 1. Verkauf, Kundenservice und Copywriting

- 1.1. Überzeugungsarbeit beim Copywriting zur Umsatzsteigerung
 - 1.1.1. Warum es wichtig ist, beim Copywriting Überzeugungsarbeit zu leisten
 - 1.1.2. Grundlegende Prinzipien der Überzeugungsarbeit und wie sie im Copywriting angewendet wird
 - 1.1.3. Unterschied zwischen Überzeugen, Beeinflussen und Manipulieren
 - 1.1.4. Analyse eines Referenzautors
- 1.2. Die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden in der Überzeugungsarbeit
 - 1.2.1. Überzeugungstechniken, emotionale Sprache und die Sprache des Nutzens
 - 1.2.2. Ihre Anwendungen
 - 1.2.3. Warum es wichtig ist, Kundenbedürfnisse und -wünsche beim Copywriting zu berücksichtigen
 - 1.2.4. Kundenwünsche identifizieren
- 1.3. Die Rolle der Gewinnersprache im Copywriting bei der Überzeugungsarbeit
 - 1.3.1. Warum es wichtig ist, beim Copywriting die Gewinnersprache zu verwenden
 - 1.3.2. Identifizierung der Vorteile des Produkts oder der Dienstleistung
 - 1.3.3. Die Gewinnersprache im Copywriting verwenden und den Umsatz steigern
 - 1.3.4. Wie man Kundenstimmen nutzt, um das Vertrauen zu erhöhen
- 1.4. Die Rolle der emotionalen Sprache beim Copywriting
 - 1.4.1. Warum ist emotionale Sprache beim Copywriting wichtig?
 - 1.4.2. Emotionen der Kunden erkennen
 - 1.4.3. Wie man emotionale Sprache einsetzt, um zu überzeugen und den Umsatz zu steigern
 - 1.4.4. Die am häufigsten verwendeten Emotionen beim Copywriting für den Verkauf
- 1.5. Werbetexten zur Verkaufssteigerung: Autorität und Vertrauen
 - 1.5.1. Wie man mit Copywriting Autorität für den Verkauf aufbaut
 - 1.5.2. Aufbau von Autorität im Copywriting, mit Demonstration und Erfahrung
 - 1.5.3. Aufbau von Vertrauen im Copywriting, durch Transparenz und Ehrlichkeit
 - 1.5.4. Gründe, warum Vertrauen beim Copywriting wichtig ist
- 1.6. Wie man mit Copywriting seinen Kundenservice verbessern kann
 - 1.6.1. Wie und warum man den Kunden mit Copywriting begrüßen sollte
 - 1.6.2. Kommunikation von Vorfällen, die den Kunden betreffen
 - 1.6.3. Umgang mit Zahlungsansprüchen und anderen administrativen Fragen
 - 1.6.4. Struktur der Kommunikation mit dem Kunden durch Copywriting





- 1.7. Grundlegende Strukturen, um schnell auf komplizierte Situationen reagieren zu können
 - 1.7.1. Wenn wir zu einem Kunden NEIN sagen müssen
 - 1.7.2. Wenn wir uns entschuldigen müssen
 - 1.7.3. Wenn wir schlechte Nachrichten überbringen müssen
 - 1.7.4. Ein echter Fall
- 1.8. Copy in der internen Kommunikation
 - 1.8.1. Die Bedeutung der internen Kommunikation: Aufmerksamkeit für interne Zielgruppen
 - 1.8.2. E-Mail-Kommunikation
 - 1.8.3. Kommunikation auf einer visuellen Tafel
 - 1.8.4. Formelle Kommunikation: Unterzeichnung des Vertrags oder Vertragsende
- 1.9. B2B- oder Investoren-Präsentationen
 - 1.9.1. Was ist der *Elevator Pitch*?
 - 1.9.2. Wie man ihn vorbereitet
 - 1.9.3. Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten
 - 1.9.4. Ein Video für eine Unternehmens- oder Firmenpräsentation erstellen
- 1.10. CRM und gut umgesetzte Erfolgsgeschichten
 - 1.10.1. Was ist CRM?
 - 1.10.2. Der Fall Apple
 - 1.10.3. Der Fall Amazon
 - 1.10.4. Der Fall Zara
 - 1.10.5. Der Fall British Airways

“

Dieser Universitätskurs bringt Ihnen die Erfolgsgeschichten der CRM-Implementierung von Apple, Amazon oder Zara, damit Sie sie in Ihre Strategien integrieren können“

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 hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

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

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



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



Studienmaterial

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

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



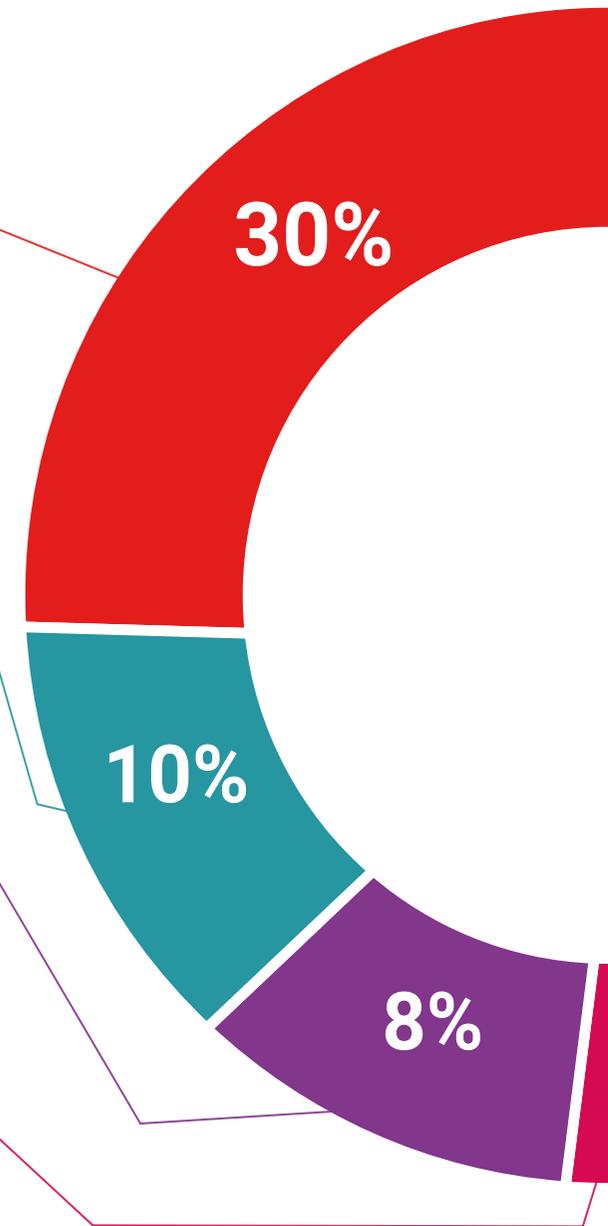
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

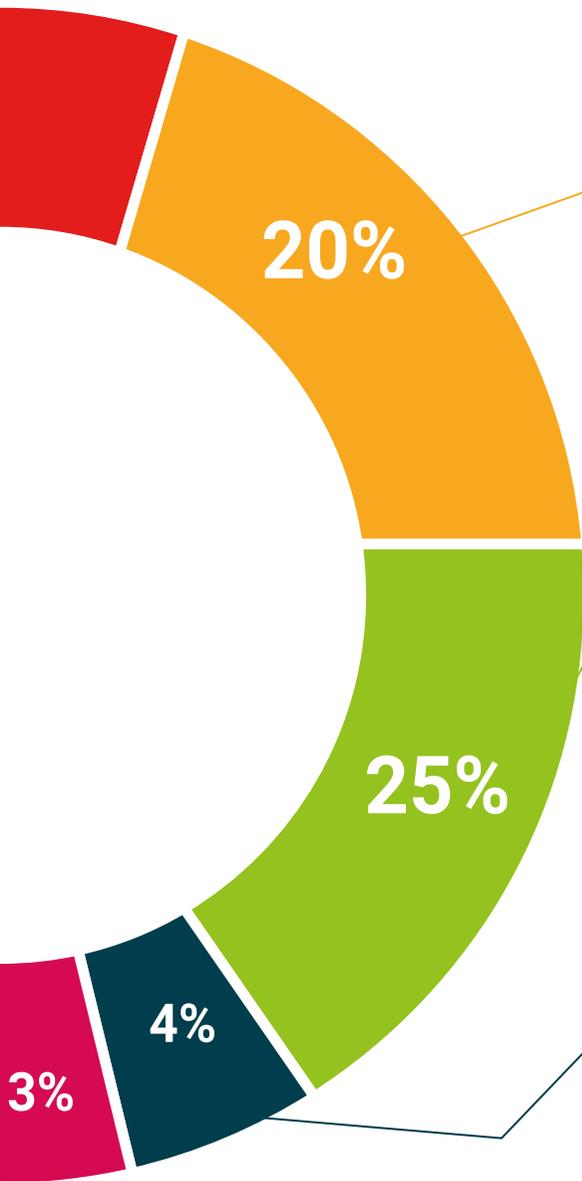
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

Qualifizierung

Il Corso Universitario in Universitätskurs in Copywriting für Kundenservice garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Dieser **Universitätskurs in Copywriting für Kundenservice** 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 erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Copywriting für Kundenservice**

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



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

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

Universitätskurs

Copywriting für Kundenservice

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

Universitätskurs

Copywriting für Kundenservice