

Universitätskurs

KPIs zur Wirkung der
Persönlichen Marke



Universitätskurs

KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/kpis-wirkung-personlichen-marke

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 der heutigen digitalen Umgebung hängt der Erfolg einer persönlichen Marke weitgehend von ihrer Online-Sichtbarkeit, Reichweite und Reputation ab. KPIs zur Wirkung der persönlichen Marke sind ein wertvolles Instrument zur Messung der Leistung und Effektivität von Personal-Branding-Strategien. Durch die Messung der Auswirkungen persönlicher Marketingstrategien ermöglichen die KPIs Fachleuten, ihren Ansatz anzupassen und ihre persönliche Marke online zu verbessern. Aus diesem Grund wurde dieses 100%ige Online-Programm ins Leben gerufen, das Flexibilität bei der Organisation der akademischen Ressourcen bietet. Auf diese Weise lernen die Studenten die Arten von KPIs und Schlüsselindikatoren zum Messen, Interpretieren, Überwachen und Optimieren von Ergebnissen kennen. Eine einzigartige Gelegenheit für den beruflichen Aufstieg durch einen erstklassigen Hochschulabschluss.





“

Werden Sie durch eine einzigartige universitäre Weiterbildung zu einem Spezialisten für KPIs zur Wirkung der persönlichen Marke"

In der heutigen Geschäftswelt ist die persönliche Marke von entscheidender Bedeutung, um sich in einem wettbewerbsintensiven Markt hervorzuheben und erfolgreich zu sein. Der Ruf und die Sichtbarkeit einer persönlichen Marke im Internet sind entscheidend, um potenzielle Kunden anzuziehen und langfristige Geschäftsbeziehungen zu pflegen. An dieser Stelle spielen die KPIs zur Wirkung der persönlichen Marke eine wichtige Rolle.

Sie sind Instrumente zur Messung der Leistung und Effektivität von Personal-Branding-Strategien im Internet. Durch die Messung der Auswirkungen persönlicher Marketingstrategien können Unternehmen mit Hilfe von KPIs feststellen, welche Elemente gut funktionieren und welche verbessert werden müssen. Aus diesem Grund ist dieser Universitätskurs in KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke eine ausgezeichnete Option für Kommunikationsfachleute, die sich auf die Verwendung von Metriken für das persönliche Marketing spezialisieren möchten.

Es handelt sich um ein 100%iges Online-Programm, das Flexibilität bietet, um die akademischen Ressourcen nach den Bedürfnissen und Zeitplänen der Studenten zu organisieren. Darüber hinaus ist dieser Studiengang darauf ausgerichtet, sich mit den wichtigsten und aktuellsten KPIs zur Wirkung von Personal Branding zu befassen, wobei der Schwerpunkt auf der Interpretation von Daten und der fundierten Entscheidungsfindung zur Verbesserung des Personal Branding im Internet liegt.

Zudem besteht das Lehrteam aus Fachleuten mit Erfahrung in den Bereichen Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, was einen qualitativ hochwertigen und aktuellen Unterricht garantiert, bei dem die Studenten die Möglichkeit haben, aus erster Hand von Experten auf diesem Gebiet zu lernen und praktische Fähigkeiten in der Datenanalyse und der Interpretation der Ergebnisse zu erwerben.

Eine ideale akademische Option für Berufstätige, die ihre persönliche Marke online verbessern und sich auf einem wettbewerbsorientierten Markt durch einen flexiblen Abschluss hervorheben möchten. Für den Zugang benötigen Sie lediglich ein digitales Gerät mit Internetanschluss, um die auf der virtuellen Plattform gehosteten Inhalte einzusehen.

Dieser **Universitätskurs in KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kommunikation, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Lektionen, 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



Analysieren Sie branchenübergreifende Erfolgsgeschichten von Persönlichkeiten wie Unternehmern, Influencern, Sportlern und Freiberuflern anhand von Material, das von Spezialisten in diesem Bereich bereitgestellt wird"

“

Schreiben Sie sich jetzt für eine Weiterbildung ein, die es Ihnen ermöglicht, zu jeder Tageszeit von einem digitalen Gerät mit Internetanschluss auf die Inhalte zuzugreifen“

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von führenden Unternehmen 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 gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Lernen Sie die wichtigsten Indikatoren zur Messung des Erfolgs der persönlichen Marke mit dem aktuellsten Lehrplan kennen.

Nutzen Sie erstklassige Lehrmittel, um sich effektives und nützliches Wissen anzueignen und sich auf dem Gebiet des Personal Branding weiterzuentwickeln.



02 Ziele

Der Universitätskurs in KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke zielt darauf ab, Studenten die Verwendung der wichtigsten und aktuellsten *Key Performance Indicators* zur Messung der Auswirkungen von Online-Personal-Branding-Strategien effektiv zu vermitteln. Durch eine praktische Methodik, die sich auf die Interpretation von Daten konzentriert, erwerben die Studenten Fähigkeiten und Kenntnisse, um fundierte Entscheidungen zu treffen, um die persönliche Marke von Fachleuten und Unternehmen zu verbessern und sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben.



“

Dank der Flexibilität dieses Hochschulabschlusses werden Sie in der Lage sein, die verschiedenen Arten von materiellen und immateriellen KPIs zu analysieren, wann immer Sie wollen"



Allgemeine Ziele

- ♦ Identifizieren und Definieren der wichtigsten Elemente zur effektiven Entwicklung und Verwaltung einer persönlichen Marke
- ♦ Entdecken der Elemente, die helfen werden, an der Identität der persönlichen Marke zu arbeiten und Kohärenz zu erreichen
- ♦ Erarbeiten der strategischen Elemente, die die Grundlage für die Botschaften und die persönliche Aussage bilden werden
- ♦ Entwickeln der Botschaft in ihren verschiedenen Formen, rational und emotional
- ♦ Konzipieren einer Inhaltsstrategie im Einklang mit der persönlichen Marke
- ♦ Untersuchen der Möglichkeiten, die die wichtigsten sozialen Plattformen für die Gestaltung effektiver Personal-Branding-Strategien bieten
- ♦ Identifizieren der Schritte für die Entwicklung eines strategischen Planes für die persönliche Marke in den sozialen Medien, Festlegung von Zielen und KPIs zur Messung der Ergebnisse
- ♦ Bestimmen, wie der Prozess der Inhaltserstellung angegangen und verbessert werden kann
- ♦ Studieren von Erfolgsgeschichten im Bereich der persönlichen Markenbildung in verschiedenen Branchen





Spezifische Ziele

- Erläutern der Beziehung zwischen Einfluss und Personal Branding
- Identifizieren von bewährten Praktiken für die persönliche Markenbildung
- Festlegen spezifischer Ziele und Vorgaben, um die Wirkung und Effektivität der persönlichen Marke zu verbessern
- Analysieren der Präsenz der persönlichen Marke in verschiedenen Medien und Plattformen
- Überprüfen und Bewerten der KPIs zur Verbesserung der Personal-Branding-Strategie



Legen Sie spezifische Ziele fest, um die Online-Sichtbarkeit und den Ruf der persönlichen Marke Ihrer Kunden zu verbessern"

03

Kursleitung

Der Lehrkörper dieses Studiengangs verfügt über umfangreiche Kenntnisse und Erfahrungen in den Bereichen Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, was garantiert, dass die Studenten einen aktuellen und qualitativ hochwertigen Unterricht erhalten, der sich auf die neuesten Trends bei den KPIs zur Wirkung der persönlichen Marke konzentriert. Dank der Nähe der Lehrkräfte haben die Studenten außerdem die Möglichkeit, während der gesamten 6-wöchigen Dauer des Kurses alle Fragen zum Inhalt des Programms zu klären.



Performance
Periods
Jan
Feb
Mar
Apr
May

Ut eget ipsum libero. Duis eleifend tellus nec augue euismod placerat. Donec rutrum laoreet venenatis. Etiam sapien neque, ultricies vitae erat eu, consectetur ornare nunc. Vestibulum mollis neque sit amet fermentum vehicula. Pellentesque semper condimentum odio, quis fermentum lectus venenatis sit amet.





“

Ein 100% Online-Universitätskurs, der von den besten Experten für digitales Marketing und Kommunikation unterrichtet wird"

Leitung



Fr. Vázquez Viaño, Laura María

- ◆ Marketingdirektorin und Leiterin der digitalen Strategie bei Torres y Carrera
- ◆ Direktorin für Kundendienste und *Chief Marketing Officer* bei Roi Scroll
- ◆ *Head of Social Media* und PR Digital bei Havas
- ◆ Senior Beraterin für Kommunikation und Social Media bei Best Relations
- ◆ Account Executive Junior Werbung und PR - Noa Nogueira
- ◆ Dozentin an der Europäischen Universität Miguel de Cervantes
- ◆ Dozentin an der Internationalen Marketingschule
- ◆ Dozentin an der Hochschule für Öffentlichkeitsarbeit von Barcelona
- ◆ Dozentin bei IEBS
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Zweifacher außerordentlicher Preis zum Abschluss des Studiums von der Xunta de Galicia und der Universität von Vigo
- ◆ Aufbaustudiengang in Suchmaschinen- und Social Media Marketing an der Universität von Barcelona



Professoren

Dr. López Rodríguez, Carla

- ♦ Internationale Beraterin und Personal-Branding-Ausbilderin
- ♦ Visual Commercial, verantwortlich für die Produktpräsentation bei Inditex in Österreich
- ♦ Dozentin an der Universität von Vigo
- ♦ Dozentin an der Universität Unir
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR an der Universität von Alicante
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation an der Universität von Vigo
- ♦ Promotion Cum Laude in Kommunikation an der Universität von Vigo mit internationaler Erwähnung
- ♦ Masterstudiengang in Strategisches Management und Innovation in der Kommunikation an der Universität von Málaga

04

Struktur und Inhalt

Das Programm KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke konzentriert sich auf die Umsetzung effektiver Strategien zur Online-Leistungsmessung über einen Zeitraum von 6 Wochen. Der Studiengang bietet nicht nur einen theoretischen und praktischen Lehrplan, sondern auch eine breite Palette von Online-Ressourcen, die 24/7 zur Verfügung stehen. Auf diese Weise können Kommunikationsprofis ein erstklassiges Studium auf ihre tatsächlichen Bedürfnisse zuschneiden und ihre Karriere in diesem sich ständig weiterentwickelnden Sektor vorantreiben. Eine ideale akademische Gelegenheit für alle, die sich durch eine einzigartige Spezialisierung weiterentwickeln wollen.





“

Ein Lehrplan, der es Ihnen ermöglicht, sich in nur 6 Wochen auf die KPIs zur Wirkung der persönlichen Marke zu spezialisieren"

Modul 1. KPIs. Persönliche Markenwirkung: Metriken zur Messung der Ergebnisse und branchenübergreifende Erfolgsgeschichten

- 1.1. Die KPIs der persönlichen Marke: Anwendung
 - 1.1.1. Definition und Bedeutung der Einführung von KPIs
 - 1.1.2. Arten von KPIs und Schlüsselindikatoren für die Messung des Erfolgs der persönlichen Marke
 - 1.1.3. Die Rolle der Vision und der Positionierung der persönlichen Marke bei KPIs
- 1.2. Die Auswahl der richtigen KPIs zur Messung des Erfolgs Ihrer persönlichen Marke
 - 1.2.1. Variablen für die Auswahl relevanter KPIs in der Strategie der persönlichen Marke
 - 1.2.2. Identifizierung von Zielen für die persönliche Marke: Definition von Zielen der persönlichen Marke, um geeignete KPIs festzulegen
 - 1.2.3. Priorisierung der KPIs entsprechend der festgelegten Ziele und Vorgaben
- 1.3. Arten von greifbaren KPIs für die persönliche Marke
 - 1.3.1. Analyse von Reichweite-KPIs
 - 1.3.2. Analyse der Interaktions-KPIs
 - 1.3.3. Analyse der Konversions-KPIs
- 1.4. Arten von „immateriellen“ KPIs für die persönliche Marke
 - 1.4.1. Analyse von Reputations-KPIs
 - 1.4.2. Analyse der Einfluss-KPIs
 - 1.4.3. Analyse der Glaubwürdigkeits-KPIs
- 1.5. Persönliche Marke im Einfluss
 - 1.5.1. Die Figur des Influencers. Arten von Influencern
 - 1.5.2. Ansatz für Influencer-Marketing
 - 1.5.3. Vorteile, Auswahl und KPIs
- 1.6. Interpretation der KPIs: Überwachung, Messung und Optimierung
 - 1.6.1. Monitoring: Implementierung eines Systems zur Überwachung und Messung von KPIs für die persönliche Marke
 - 1.6.2. Messung: Interpretation der Daten
 - 1.6.3. Optimierung: Zu bewertende Aspekte, um die Strategie entsprechend der KPIs anzupassen
 - 1.6.4. Abschließende Empfehlungen



- 1.7. Fallstudie: Persönliche Marke bei Unternehmern und Freiberuflern
 - 1.7.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.7.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.7.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 1.8. Fallstudie: Persönliche Marke bei Influencern
 - 1.8.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.8.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.8.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 1.9. Fallstudie: Persönliche Marke bei Sportlern
 - 1.9.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.9.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.9.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
- 1.10. Fallstudie: Persönliche Marke in der freien Wirtschaft
 - 1.10.1. Fall 1: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.10.2. Fall 2: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken
 - 1.10.3. Fall 3: Präsentation, Analyse der digitalen Strategie und bewährte Praktiken



Sie werden eine Vielzahl von Erfolgsgeschichten kennenlernen, um effektive Strategien für Personal Branding umzusetzen"

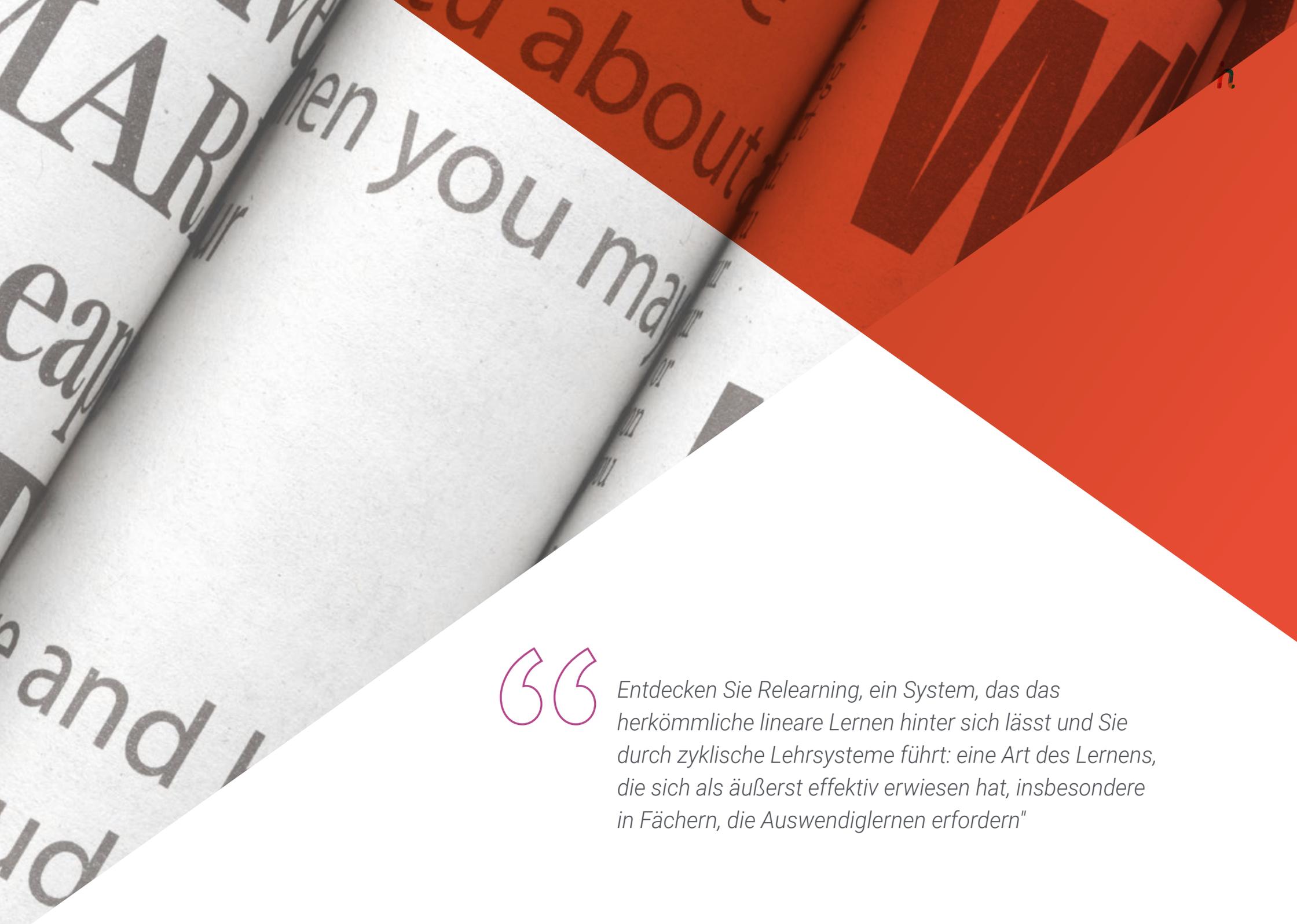
05

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 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.



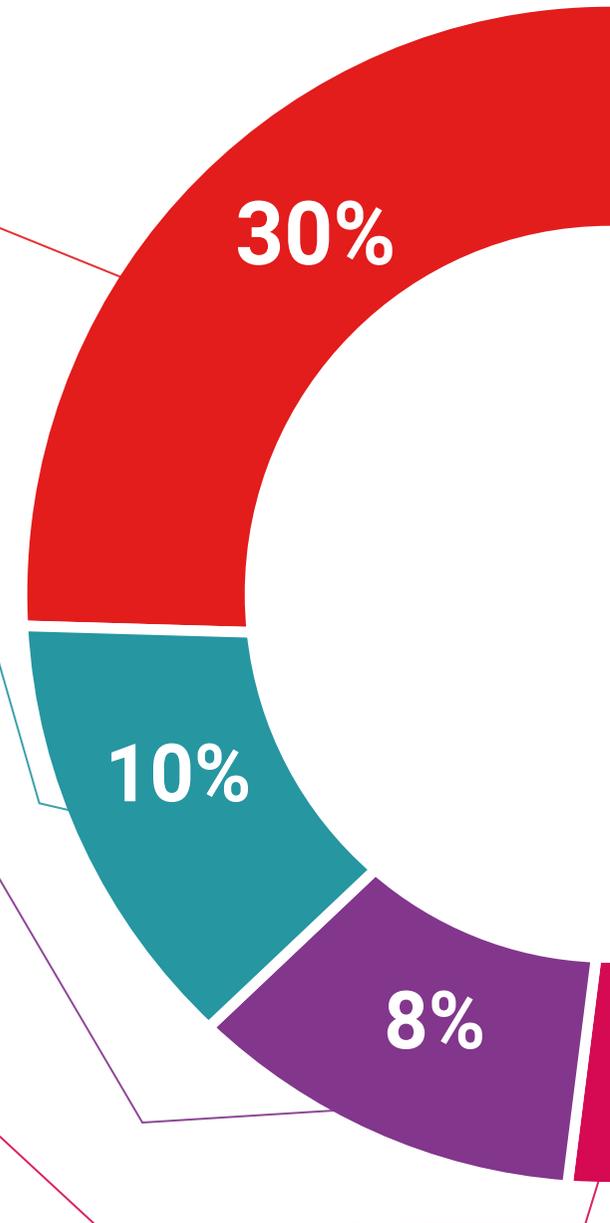
Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

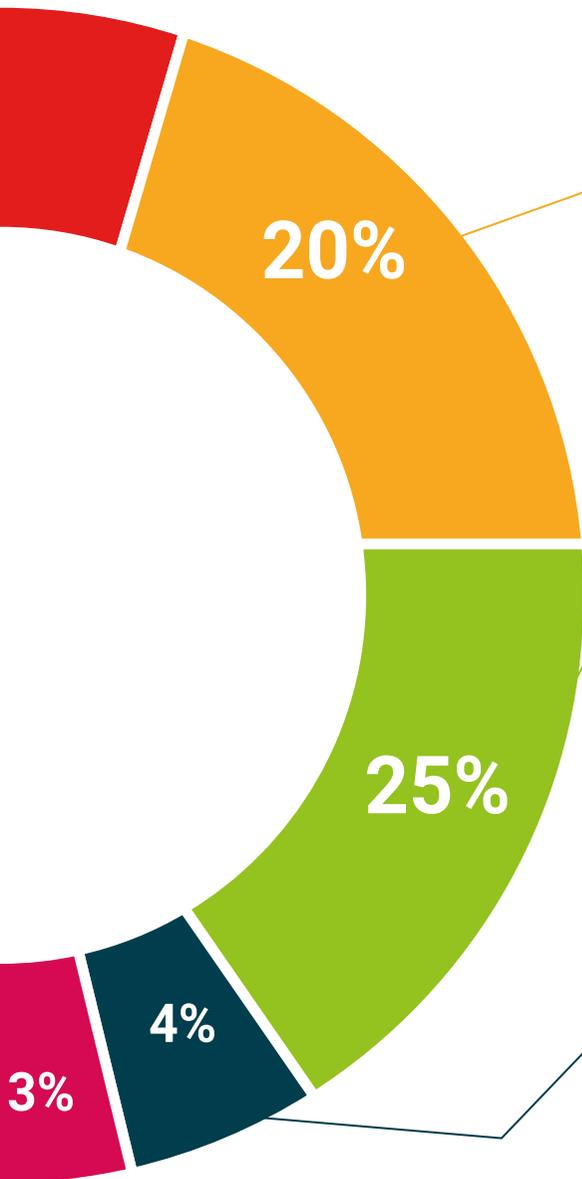
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologische Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätskurs in KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke** 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 KPIs zur Wirkung der Persönlichen Marke**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



*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 innovativität
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

KPIs zur Wirkung der
Persönlichen Marke

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

KPIs zur Wirkung der
Persönlichen Marke