

# Universitätskurs

## Markenbildung und Corporate Identity





## Universitätskurs

### Markenbildung und Corporate Identity

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/markenbildung-corporate-identity](http://www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/markenbildung-corporate-identity)

# 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

Der Aufbau und die Konsolidierung des Markenimages und der Unternehmensidentität 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. Vor diesem Hintergrund haben die Experten von TECH dieses Programm entwickelt, um Journalisten in allen Aspekten des Aufbaus einer Markenreputation weiterzubilden. Diese Fortbildung ist das wichtigste Kapital der Journalisten, um auf einem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen, der immer mehr erfahrene Journalisten und Kommunikatoren in diesem Bereich verlangt.





“

*TECH bietet Ihnen die besten Lehrmethoden und eine Vielzahl von Fallstudien, um reale Umgebungen zu simulieren, mit denen Sie während Ihrer beruflichen Entwicklung konfrontiert werden können”*

Die Marke und die Corporate Identity eines Unternehmens sind Dimensionen des Unternehmens, die mit besonderer Sorgfalt gestaltet werden müssen. Sind sie erst einmal definiert und von den Zielgruppen und der Öffentlichkeit verinnerlicht, ist es sehr schwierig, sie in jeder Hinsicht wieder rückgängig zu machen. Daher ist es wichtig, die Faktoren zu kennen, die bei der Schaffung und Gestaltung der Marke und der Corporate Identity zu berücksichtigen sind, bevor man sich auf ein solches Unterfangen einlässt. Die Öffentlichkeit ist unversöhnlich, und jeder Fehler bei der Präsentation des Konzepts der Unternehmensidentität kann sich kurzfristig als fatal erweisen.

Aus diesem Grund waren Markenbildung und *Corporate Identity* noch nie so wichtig wie heute. Der ästhetische Aspekt der Markenbildung ist dem konzeptionellen gewichen. In einer Gesellschaft, die sich zunehmend der Verteidigung ethischer Werte aller Art bewusst wird, stehen die Unternehmen heute vor der Herausforderung, ein Publikum zu überzeugen, das immer mehr in der Lage ist, sich für eine unendliche Anzahl von Anliegen zu engagieren. Die Identifikation des Publikums mit den Werten, die durch die Marke und ihre Identität gefördert werden, ist die größte Herausforderung für den Kommunikationsprofi, der für dieses Ziel verantwortlich ist.

Dieser Universitätskurs zielt darauf ab, den Fachleuten der Kommunikation und des Journalismus die Grundkonzepte zu vermitteln, die die Schaffung einer Marke und ihrer *Corporate Identity* beeinflussen, ihren Reputationsansatz und die anschließende Messung der Ergebnisse, die eine Anpassung der Ziele in Echtzeit ermöglicht.

Während der 250 Stunden werden die Prozesse der Schaffung und Überwachung der Marken- und Unternehmensidentität als Studien- und Anwendungsgebiet analysiert. Dies geschieht durch Dozenten, die eine beachtliche berufliche Laufbahn hinter sich haben, an der Spitze von Unternehmen in verschiedenen Sektoren oder als Fachjournalisten.

Der Inhalt ist darauf ausgerichtet, die Entwicklung professioneller Fähigkeiten zu fördern, die darauf abzielen, die Marke und die Identität eines Unternehmens zu schaffen und zu erhalten. So wird der Student die Fähigkeit erwerben, die Konzepte zu identifizieren, die die Marke und die *Corporate Identity* eines jeden Unternehmens am besten definieren können. Es handelt sich also um einen Universitätskurs, der auf die berufliche Weiterentwicklung des Studenten ausgerichtet ist und ihn darauf vorbereitet, in diesem Bereich Spitzenleistungen zu erbringen.

Das 100%ige Online-Format ermöglicht es ihm, selbst zu entscheiden, wie er sein Studium gestalten möchte.

Dieser **Universitätskurs in Markenbildung und Corporate Identity** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Unternehmenskommunikation vorgestellt werden
- ♦ Seine anschaulichen, schematischen und äußerst praktischen Inhalte, die wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen liefern, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Die neuesten Nachrichten über Unternehmenskommunikation
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden in den Bereichen Journalismus, *Branding* und *Corporate Identity*
- ♦ 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 Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Mit diesem Universitätskurs, den TECH Ihnen in die Hand gibt, werden Sie in der Lage sein, ein effektives Markenimage und eine Corporate Identity zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe abgestimmt sind"*

“

*Das Berufsfeld des Journalismus hat sich in den letzten Jahren stark diversifiziert. Eine der beruflichen Möglichkeiten mit mehr Stellenangeboten liegt heute im Bereich der Corporate Identity”*

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 situierendes 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 akademischen Kurses auftreten. Dabei wird er von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von anerkannten Experten auf dem Gebiet Markenbildung und *Corporate Identity* mit umfassender Erfahrung entwickelt wurde.

*TECH bietet Ihnen die beste Fortbildung, die es auf dem Markt im Bereich Markenbildung und Corporate Identity gibt. Alles, was Sie haben müssen, ist der Wunsch zu studieren.*

*Werden Sie ein hervorragender Journalist und lernen Sie, in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen aller Branchen erfolgreich zu arbeiten.*



# 02 Ziele

Dieses Programm soll die Fähigkeiten der Studenten stärken und ihnen helfen, neue Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich der Kommunikation zu entwickeln, die für ihre berufliche Entwicklung als Journalisten und Kommunikatoren unerlässlich sind. Nach dem Programm werden sie in der Lage sein, spezifische Maßnahmen im Zusammenhang mit der Schaffung von Unternehmensidentitäten und Marken zu entwerfen und umzusetzen. Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, sich als erfolgreiche Fachkraft zu positionieren und große Fähigkeiten zu erlangen, die es Ihnen ermöglichen, Projekte unterschiedlicher Größenordnung zu managen.







“

*Wenn es Ihr Ziel ist, sich als Journalist und Kommunikator in Unternehmen weiterzuentwickeln und erfolgreiche Strategien zu entwickeln, ist dieser Universitätskurs ideal für Sie”*



## Allgemeines Ziel

---

- Befähigen des Kommunikationsprofis zur Gestaltung der *Corporate Identity* auf kommunikativer Ebene und des Markenimages

“

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





## Spezifische Ziele

---

- ◆ Anwenden kreativer Prozesse auf den Bereich der Unternehmenskommunikation
- ◆ Implementieren präziser Metriken, die die Rendite des strategischen Managements von immateriellen Gütern mit konsolidierten nichtfinanziellen Indikatoren und mit direkten Auswirkungen auf das Geschäft nachweisen
- ◆ Identifizieren der Zielgruppen der Medien
- ◆ Effektives Verwalten der Kommunikationsabteilung einer Organisation in all ihren Aspekten
- ◆ Entwickeln innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz
- ◆ Planen und Ausführen von umfassenden Kommunikationsplänen

03

# Kursleitung

Dieses akademische Programm verfügt über den spezialisiertesten Lehrkörper auf dem aktuellen Bildungsmarkt. Es handelt sich um Spezialisten, die von TECH ausgewählt wurden, um den gesamten Studiengang zu entwickeln. Auf diese Weise haben sie auf der Grundlage ihrer eigenen Erfahrung und der neuesten Erkenntnisse die aktuellsten Inhalte entworfen, die eine Qualitätsgarantie für ein so relevantes Thema bieten.



“

*TECH bietet Ihnen den spezialisiertesten  
Lehrkörper in diesem Fachgebiet. Schreiben  
Sie sich jetzt ein und genießen Sie die  
Qualität, die Sie verdienen”*

## Direttore Ospite Internazionale

Wendy Thole-Muir, Gewinnerin des „International Content Marketing Awards“ für ihre Kreativität, Führungsqualitäten und die Qualität ihrer informativen Inhalte, ist eine renommierte Kommunikationsdirektorin, die sich auf den Bereich des Reputationsmanagements spezialisiert hat.

In diesem Sinne hat sie eine solide berufliche Laufbahn von mehr als zwei Jahrzehnten in diesem Bereich entwickelt, die sie zu renommierten internationalen Referenzunternehmen wie Coca-Cola geführt hat. Zu ihren Aufgaben gehören die Überwachung und das Management der Unternehmenskommunikation sowie die Kontrolle des Unternehmensimages. Unter anderem hat sie die Implementierung der internen Interaktionsplattform Yammer geleitet. Dank dieser Plattform konnten die Mitarbeiter ihr Engagement für die Marke erhöhen und eine Gemeinschaft schaffen, die die Informationsübermittlung deutlich verbessert hat.

Außerdem war sie für die Kommunikation der strategischen Investitionen der Unternehmen in verschiedenen afrikanischen Ländern zuständig. Ein Beispiel dafür ist, dass sie den Dialog über bedeutende Investitionen in Kenia geleitet hat, um das Engagement der Unternehmen für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung des Landes zu unterstreichen. Zudem hat sie zahlreiche Auszeichnungen für ihre Fähigkeit erhalten, die Wahrnehmung der Unternehmen in allen Märkten, in denen sie tätig ist, zu steuern. Auf diese Weise hat sie dafür gesorgt, dass die Unternehmen ein hohes Ansehen genießen und die Verbraucher sie mit hoher Qualität in Verbindung bringen.

Darüber hinaus hat sie in ihrem festen Engagement für Spitzenleistungen aktiv an renommierten globalen Konferenzen und Symposien teilgenommen, um Informationsexperten dabei zu helfen, an der Spitze der ausgefeiltesten Techniken zur Entwicklung erfolgreicher strategischer Kommunikationspläne zu bleiben. Auf diese Weise hat sie zahlreichen Experten geholfen, institutionelle Krisensituationen vorausszusehen und negative Ereignisse effektiv zu bewältigen.



## Fr. Thole-Muir, Wendy

---

- Direktorin für strategische Kommunikation und Unternehmensreputation bei Coca-Cola, Südafrika
- Leiterin der Abteilung Unternehmensreputation und Kommunikation bei ABI at SABMiller in Löwen, Belgien
- Kommunikationsberaterin bei ABI, Belgien
- Beraterin für Reputation und Kommunikation bei Third Door in Gauteng, Südafrika
- Masterstudiengang in Sozialverhaltensforschung an der Universität von Südafrika
- Masterstudiengang in Kunst mit Spezialisierung in Soziologie und Psychologie an der Universität von Südafrika
- Hochschulabschluss in Politikwissenschaft und Industriesoziologie an der Universität von KwaZulu-Natal
- Hochschulabschluss in Psychologie an der Universität von Südafrika

“

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

# 04

## 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 der Informationswissenschaften 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 die Welt der Kommunikations- und Managementfähigkeiten ermöglicht"*

## Modul 1. Managementfähigkeiten

- 1.1. Persönliches *Branding*
  - 1.1.1. Strategien für persönliches *Branding*
  - 1.1.2. Regeln des *Personal Branding*
  - 1.1.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

## Modul 2. Unternehmenskommunikation, Markenstrategie und Reputation

- 2.1. Unternehmensidentität und strategische Vision
  - 2.1.1. Identität und Neudefinition der Unternehmenswerte
  - 2.1.2. Unternehmenskultur
  - 2.1.3. Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung
  - 2.1.4. Image und öffentliche Projektion
- 2.2. Strategie der Unternehmensmarke
  - 2.2.1. Öffentliches Image und *Stakeholder*
  - 2.2.2. Strategie und Management des *Corporate Branding*
  - 2.2.3. Strategie der Unternehmenskommunikation im Einklang mit der Markenidentität
- 2.3. Reputationsmanagement
  - 2.3.1. Verwaltung der Unternehmensreputation
  - 2.3.2. Fokus auf Markenreputation
  - 2.3.3. Management der Reputation von Führungskräften
- 2.4. Metriken und Analysen zu Marke und Reputation
  - 2.4.1. Einführung in die Metrik der Unternehmensmarke
  - 2.4.2. Interne und externe Messraten
  - 2.4.3. Instrumente zur Markenverwaltung
  - 2.4.4. Rankings und Markenbewertung





“

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

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 Studenten 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 Markenbildung und Corporate Identity 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 **Universitätskurs in Markenbildung und Corporate Identity** 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 Markenbildung und Corporate Identity**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **250 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 innovativ  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätskurs

Markenbildung  
und Corporate Identity

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Markenbildung und Corporate Identity

