

# Universitätskurs

## Markenbildung



## Universitätskurs Markenbildung

- » 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/markenbildung](http://www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/markenbildung)

# 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

Im Zeitalter der Globalisierung und Digitalisierung ist Branding zu einem zentralen Erfolgsfaktor in allen Lebensbereichen geworden. Während Unternehmen versuchen, eine einzigartige Identität zu schaffen, um sich auf dem Markt zu differenzieren, haben auch Einzelpersonen die Möglichkeit, sich in einer hart umkämpften Gesellschaft zu profilieren. Dazu bedarf es optimaler Werkzeuge, um die angestrebten Ziele zu erreichen. Vor diesem Hintergrund hat TECH ein innovatives Programm entwickelt, das den Prozess der Markenbildung umfassend abdeckt. Dank der didaktischen Ressourcen, die zu 100% online verfügbar sind, können die Studenten ihr Studium problemlos absolvieren, da sie lediglich ein Gerät mit Internetzugang benötigen.





“

*Mit diesem Abschluss werden Sie in der Lage sein, die Entwicklung einer Marke mit den modernsten digitalen Werkzeugen voranzutreiben“*

Wir leben heute in einer vernetzten Gesellschaft, in der die Mehrheit der Bevölkerung sowohl im Internet als auch in sozialen Netzwerken präsent ist. Folglich ist die Entwicklung einer persönlichen Marke zu einem entscheidenden Element geworden, um sich von der Masse abzuheben und die eigene Fachkompetenz unter Beweis zu stellen. Um dies erfolgreich zu tun, bedarf es wirksamer Instrumente zur Verwaltung und Stärkung der Marke.

Aus diesem Grund bietet TECH ein innovatives Programm an, das die Studenten beim Aufbau einer Marke begleitet. Zu diesem Zweck befasst sich der akademische Lehrplan mit einer Reihe von kreativen Strategien zur effektiven Gestaltung von Werbeinhalten. Darüber hinaus definiert der Lehrplan die Technik des Markenrads, um die Essenz der Marke grafisch zusammenzufassen und sich auf dem Markt angemessen zu positionieren.

Der Lehrplan beschreibt auch Faktoren wie *Claim* und Slogan, um Botschaften zu verstärken und verständlicher zu machen. Darüber hinaus bietet er eine Reihe kreativer Strategien, die in Werbung und Marketing eingesetzt werden, um das Interesse der Öffentlichkeit zu wecken. Dementsprechend bietet der gesamte Studiengang verschiedene psychologische Werbemodelle, um die kreativen Strömungen der Werbebotschaft zu erforschen.

Andererseits ist der Studiengang zu 100% online, so dass die Studenten das Programm problemlos absolvieren können. Sie benötigen lediglich einen Computer mit Internetzugang, um Ihre Kenntnisse in einem Sektor zu vertiefen, der zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten bietet. Der Studiengang basiert auf der innovativen Methode des *Relearning*, einem auf Wiederholung basierenden Lehrsystem, das einen natürlichen und progressiven Wissenserwerb ohne Auswendiglernen ermöglicht.

Dieser **Universitätskurs in Markenbildung** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten in Markenbildung vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren Informationen
- ♦ 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 Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



*Sie werden die Bedeutung des Claims und des Slogans als Verkaufsargument für jede Marke mit Bravour meistern“*

“

*Durch TECH werden Sie wirksame Strategien zur Differenzierung Ihrer Marken umsetzen“*

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus 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.

*Sie werden von einem Dozententeam unterstützt, das sich aus angesehenen Experten aus der Werbebranche zusammensetzt.*

*Dank der didaktischen Hilfsmittel von TECH, darunter erklärende Videos und interaktive Zusammenfassungen, werden Sie Ihre Ziele erreichen.*



# 02 Ziele

Das Ziel dieses Abschlusses ist es, dass die Studenten die Schaffung von Marken mit Hilfe der effektivsten kreativen Strategien im Bereich Marketing und Werbung fördern. In diesem Sinne wurde das Lehrmaterial von einem Dozententeam mit umfangreicher Berufserfahrung in der Markenbildung erstellt. Durch die theoretischen und praktischen Inhalte werden die Studenten in die Lage versetzt, Werbestrategien mit einem kreativen Ansatz umzusetzen, um sich in einem Sektor, der sich in vollem Wachstum befindet, abzuheben.







“

*Lernen Sie in 6 Wochen die  
fortschrittlichsten Strategien im  
Bereich der Werbung und des  
Marketings kennen"*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Verbessern der Kenntnisse und beruflichen Fähigkeiten, um die Integration und Ausführung von Arbeiten in einer Kreativabteilung jeder Art von Agentur oder Marketingabteilung durchführen zu können
- ♦ Aneignen der theoretischen/praktischen Kenntnisse, die es ermöglichen, die kreativen Funktionen aus jeder Perspektive auszuführen
- ♦ Vertieftes Verstehen der Beziehungen zwischen den Kreativen und den übrigen Akteuren, die an der Entwicklung der kommerziellen Kommunikation beteiligt sind
- ♦ Aufzeigen und Beurteilen der neuen Trends, denen die Fachleute in diesem Sektor jetzt und in Zukunft begegnen werden
- ♦ Vertiefen der Kenntnisse über neue Projekte, die für die kommerzielle Kommunikation von Bedeutung sind
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten in der kreativen Kommunikation, um die Beziehung zwischen der Marke und dem Verbraucher zu verbessern





## Spezifische Ziele

---

- ♦ Analysieren psychologischer Werbemodelle
- ♦ Erforschen kreativer Strömungen in der Werbung
- ♦ Erläutern der Bedeutung und des Nutzens der Markenbildung
- ♦ Behandeln von zentralen Konzepten für den Markenaufbau
- ♦ Vorstellen der logischen Schritte beim Aufbau einer Marke
- ♦ Aufzeigen der Unterschiede zwischen einem *Claim* und einem Slogan
- ♦ Analysieren der Kreativität in der Medienplanung
- ♦ Entdecken des aktuellen Kontextes der Markenbildung



*Verpassen Sie nicht diese bahnbrechende akademische Gelegenheit, bei der Sie einen umfassenden Überblick über die innovativsten Arten von Werbeinhalten erhalten werden"*



# 03

## Kursleitung

Mit dem Ziel, eine Spitzenfortbildung für alle anzubieten, setzt sich TECH aus einem renommierten Dozententeam zusammen. Die Dozenten verfügen über einen umfangreichen beruflichen Hintergrund, der sie dazu gebracht hat, starke Marken in angesehenen Institutionen der Werbebranche aufzubauen. Dank dieser Tatsache bietet der vorliegende Studiengang die aktuellsten und vollständigsten Ressourcen auf dem akademischen Markt. So können die Studenten sowohl ihr Wissen als auch ihre Fähigkeiten bei einem hochqualifizierten Dozententeam erweitern.





“

*TECH bietet Ihnen eine Fakultät der Exzellenz, die sich aus den besten Experten in der Werbekommunikation zusammensetzt"*

## Leitung



### Hr. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Kreativdirektor bei El Factor H
- ♦ Marketingdirektor bei La Ibense
- ♦ Kreativdirektor für Veranstaltungen bei Beon Worldwide
- ♦ Direktor für Branded Content bei Atrium Digital und Mettre Kreativdirektor bei Grupo de Comunicación del Sur, BSB und FCA BMZ Cid
- ♦ Dozent im Masterstudiengang in Management von Unternehmens- und Institutionelle Kommunikation an der Universität Sevilla
- ♦ Mitverfasser des Buches *Wie man eine Marke schafft, Handbuch für Nutzung und Management*

## Professoren

### Hr. Tabares, Esteban

- ♦ Kreativdirektor und Gründer von Rocksteady Advertising
- ♦ Kreativdirektor bei der Agentur Tango°
- ♦ Kreativdirektor bei Geometry Global
- ♦ Kreativdirektor bei Ogilvy Action
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ Underground BA Creativity School
- ♦ Dreifaches PostGraduate Certificate in Conceptualization, Copywriting and Art Direction





# 04

## Struktur und Inhalt

Dieser akademische Werdegang wird von einem Dozententeam mit internationalem Prestige unterstützt. In diesem Sinne zeichnen sich die Experten durch ihre umfangreiche Berufserfahrung in der Werbebranche aus und haben zur Schaffung avantgardistischer Identitäten beigetragen. Während der gesamten Weiterbildung werden die Studenten ihrer Kreativität freien Lauf lassen, um Marken auf der Grundlage erfolgreicher Marketingstrategien aufzubauen. So werden sie darauf vorbereitet, neue Möglichkeiten im Werbesektor zu ergreifen.





“

*Greifen Sie auf die hochaktuellen Inhalte dieses Programms über Multimedia-Ressourcen wie Erklärvideos und interaktive Zusammenfassungen zu"*

## Modul 1. Wie man eine Marke kreiert

- 1.1. Psychologische Werbemodelle
  - 1.1.1. Modell von Henry Joanis
  - 1.1.2. Modell von Fishbein
  - 1.1.3. Modell von Rosser Reeves
  - 1.1.4. Modell von David Ogilvy
- 1.2. Kreative Strömungen in der Werbung
  - 1.2.1. USP
  - 1.2.2. Image der Marke
  - 1.2.3. Dauerhafte Werte
  - 1.2.4. Spektakuläre Werbung
  - 1.2.5. Übertretung von Codes
  - 1.2.6. Anziehungskraft des Inhalts
- 1.3. Wozu eine Marke gut ist
  - 1.3.1. Nützlichkeit
  - 1.3.2. Wie ein Bedarf entsteht
  - 1.3.3. Unterschiede zwischen Logo und Marke
  - 1.3.4. Ursprung von Marken
  - 1.3.5. Brand Wheel
  - 1.3.6. Positionierung von Marken
  - 1.3.7. Wenn eine Marke geboren wird
  - 1.3.8. Die Marke, der Unterschied
  - 1.3.9. Kreativität ist der Luxus
- 1.4. Die logische Leiter beim Markenaufbau
  - 1.4.1. Der Name
  - 1.4.2. Attribute
  - 1.4.3. Vorteile
  - 1.4.4. Gruppe
  - 1.4.5. Sprecher
  - 1.4.6. Rolle





- 1.5. Der *Claim* und der Slogan
  - 1.5.1. Unterschiede zwischen *Claim* und Slogan
  - 1.5.2. Der *Claim* und der Slogan als Verkaufsargument
  - 1.5.3. *Claims* oder Slogans zur Schaffung von Inhalten
- 1.6. Die kreative Strategie
  - 1.6.1. Werbestrategie mit einem kreativen Ansatz
  - 1.6.2. Wie man in der Strategie kreativ sein kann
  - 1.6.3. Kreative Strategien im Bereich der Werbung und des Marketings
  - 1.6.4. Unterschiede zwischen Marketingstrategie und Werbestrategie
- 1.7. Strategien für kreative Inhalte
  - 1.7.1. Benutzergenerierte Inhalte
  - 1.7.2. Influencer Marketing
  - 1.7.3. Interaktive Erfahrungen
  - 1.7.4. Eindrucksvolle visuelle Inhalte
  - 1.7.5. Emotionales Geschichtenerzählen
  - 1.7.6. Nutzung neuer Plattformen und Formate
- 1.8. Kreativität in der Medienplanung
  - 1.8.1. Medienplanung
  - 1.8.2. Kreative Medienplanung
  - 1.8.3. Beispiele für überraschende Medienplanung
- 1.9. Arten von Werbeinhalten
  - 1.9.1. Gesponserte Inhalte
  - 1.9.2. Verknüpfung von Marken mit Makro-Inhalten
  - 1.9.3. Erstellung von Websites auf der Grundlage audiovisueller Inhalte
  - 1.9.4. Erstellen für soziale Netzwerke
  - 1.9.5. Erstellen für Mobiltelefone
  - 1.9.6. Erstellen für Videospiele
  - 1.9.7. Erstellen interaktiver Inhalte
  - 1.9.8. Erstellen von Inhalten direkt für Marken
- 1.10. Aktueller Kontext von Marken
  - 1.10.1. Werbung im digitalen Umfeld
  - 1.10.2. Kundenerlebnis
  - 1.10.3. Schlussfolgerungen

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.



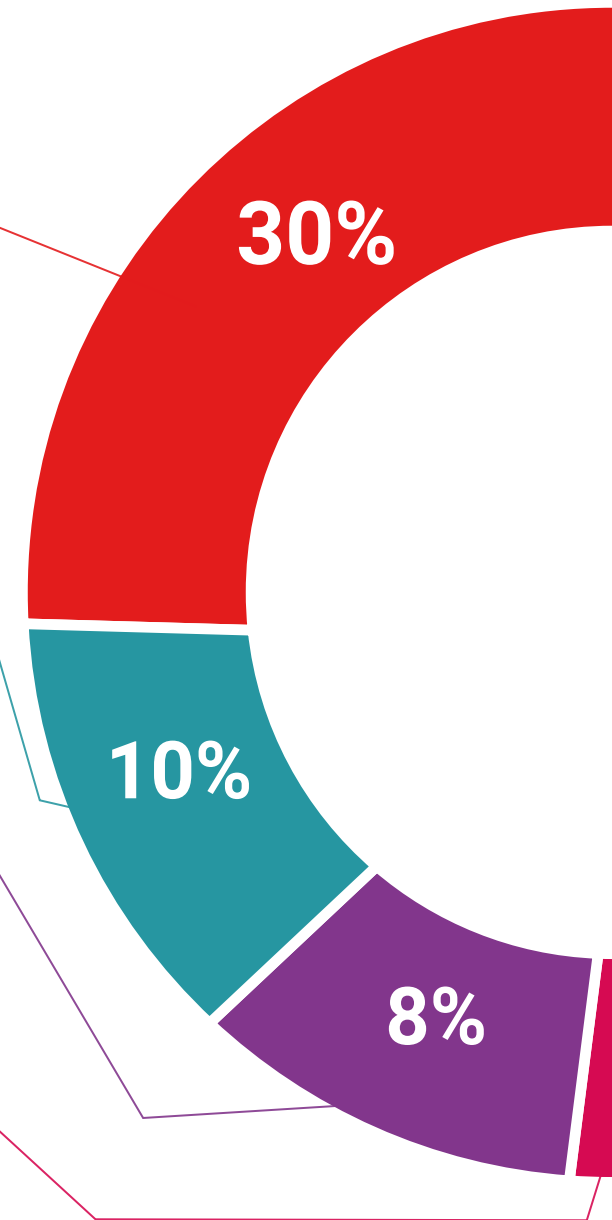
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

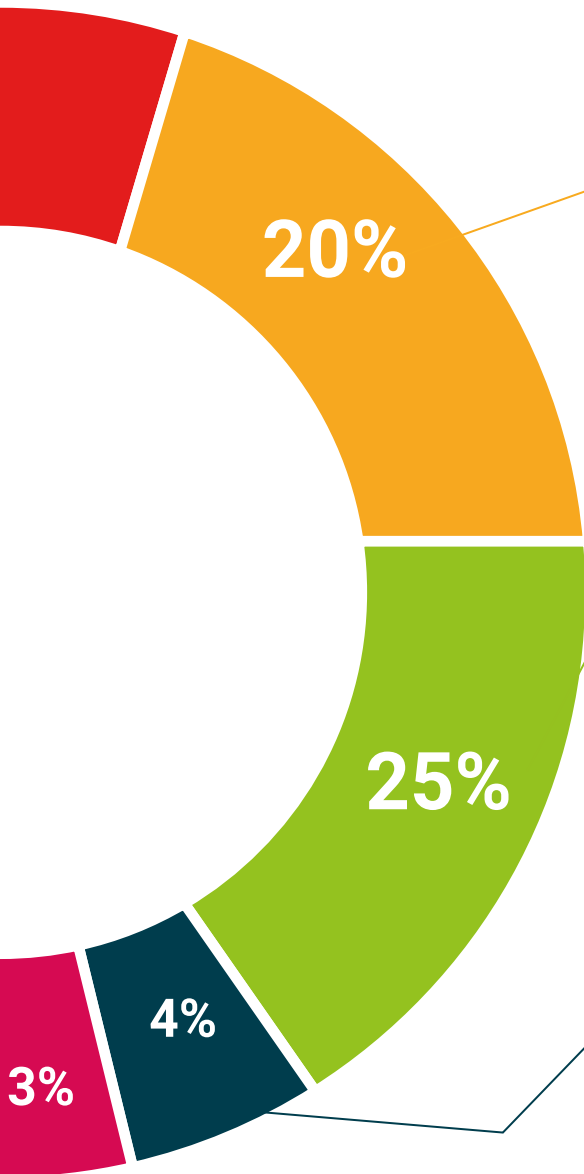
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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 Markenbildung 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** 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 Markenbildung**

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 institut  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätskurs

Markenbildung

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

# Universitätskurs

## Markenbildung

