

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing



tech technologische
universität

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/strategie-digitales-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 22

06

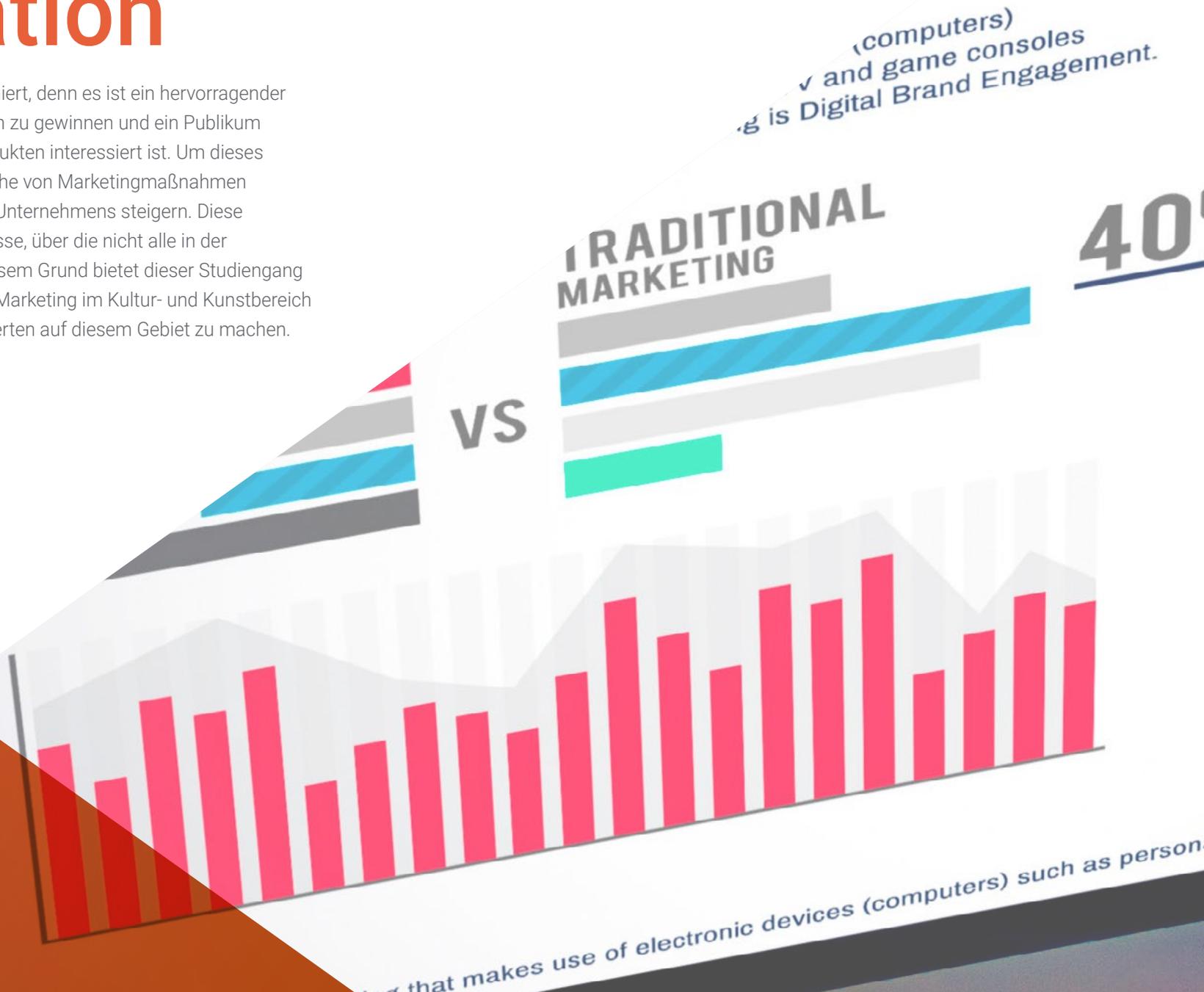
Qualifizierung

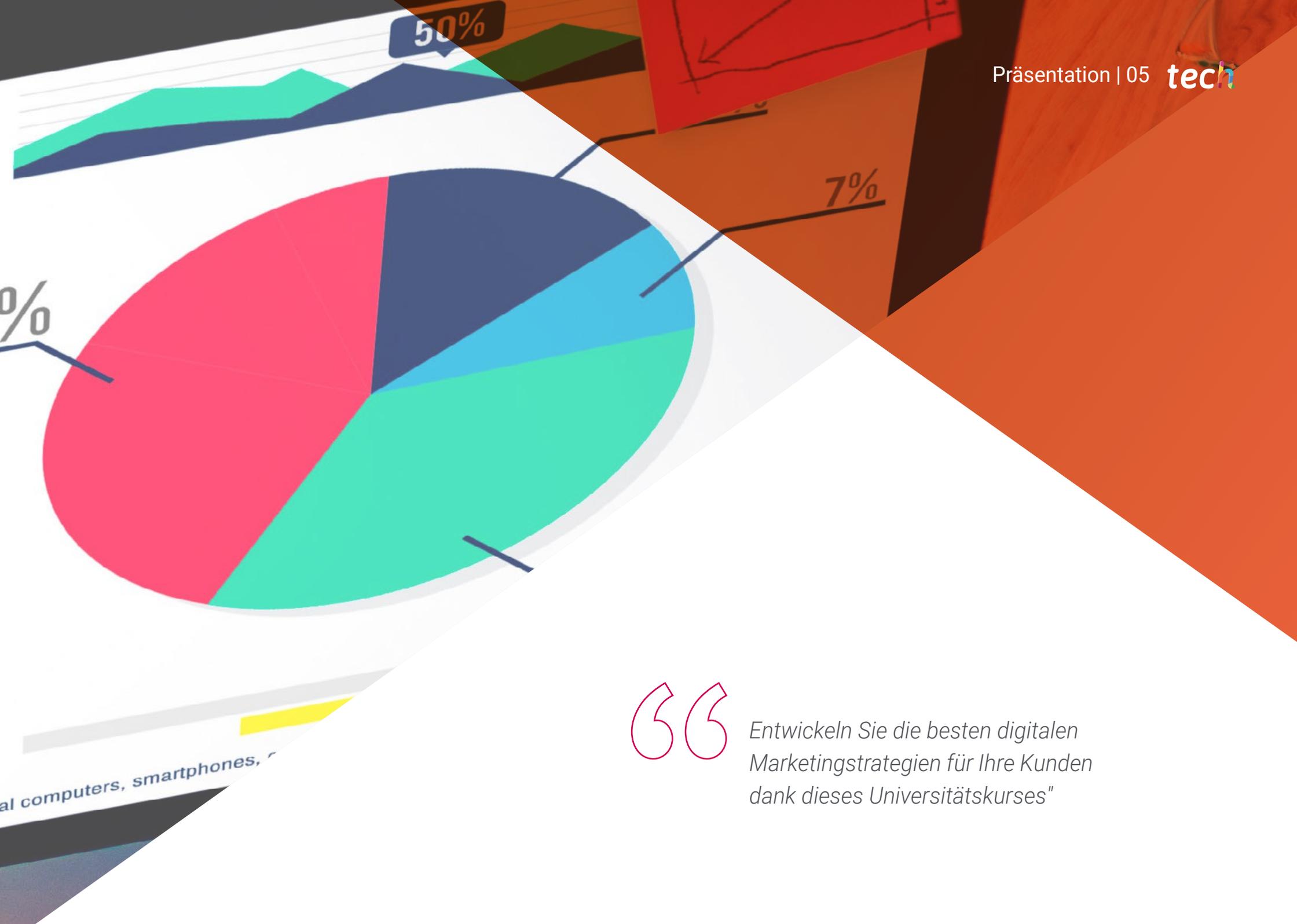
Seite 30

01

Präsentation

Das Internet hat den Kultursektor revolutioniert, denn es ist ein hervorragender Kanal, um Verkäufe zu tätigen, neue Kunden zu gewinnen und ein Publikum zu erreichen, das an den angebotenen Produkten interessiert ist. Um dieses Publikum zu erreichen, sind jedoch eine Reihe von Marketingmaßnahmen erforderlich, die den Bekanntheitsgrad des Unternehmens steigern. Diese Maßnahmen erfordern spezifische Kenntnisse, über die nicht alle in der Kreativwirtschaft Tätigen verfügen. Aus diesem Grund bietet dieser Studiengang das perfekte Wissen, um sich auf digitales Marketing im Kultur- und Kunstbereich zu spezialisieren und die Studenten zu Experten auf diesem Gebiet zu machen.





“

Entwickeln Sie die besten digitalen Marketingstrategien für Ihre Kunden dank dieses Universitätskurses"

Das Aufkommen des Internets war eine Revolution für Unternehmen, Institutionen und Nutzer im Allgemeinen. Es bot traditionellen Unternehmen nicht nur eine virtuelle Umgebung, sondern eröffnete auch neue Möglichkeiten für die Verbreitung von Inhalten, den Verkauf und die Kundenbindung. Als das Internet plötzlich populär wurde, erkannten viele, dass es ein riesiges digitales Territorium gab, das es zu nutzen galt, aber es war nicht einfach, dies zu tun.

Die Nutzung des Internets als Vertriebskanal hat sich allmählich durchgesetzt, erfordert jedoch spezialisierte Fachleute, die wissen, wie man geeignete Marketingpläne strukturiert und umsetzt, die die Ziele des Unternehmens und seines *Target* berücksichtigen.

Dieser Prozess wird jedoch komplizierter, wenn er im Bereich der Kreativwirtschaft durchgeführt wird, da Unternehmen in diesem Sektor eine Reihe von Besonderheiten aufweisen, die sie von Unternehmen in anderen Industriezweigen unterscheiden. Selbst innerhalb des Kultursektors gibt es Merkmale, die die verschiedenen Disziplinen voneinander trennen, denn ein Unternehmen, das sich mit Film beschäftigt, ist nicht dasselbe wie ein Unternehmen, das sich mit Literatur, Theater oder Malerei beschäftigt.

Aus diesem Grund besteht ein Bedarf an Fachleuten für digitales Marketing im Kulturbereich, um die verschiedenen Kommunikations- und Verkaufspläne dieser Art von Unternehmen mit spezifischen Maßnahmen zu unterstützen. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, wurde dieser Universitätskurs entwickelt, der alle wichtigen Elemente für die Entwicklung von Marketingstrategien und die Bewältigung aller Herausforderungen, die in diesem Bereich auftreten können, vermittelt.

Dieser **Universitätskurs in Strategie für Digitales Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Die Verwendung von Fallstudien als didaktische Methode für Studenten, um aus erster Hand zu lernen, wie man digitale Marketingstrategien anwendet
- ♦ Spezialisierte Inhalte, die sich auf die Kreativwirtschaft konzentrieren, aus der Sicht des Journalismus und der Kommunikation
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Ohne einen guten Marketingplan kann ein Unternehmen nicht florieren: Er hilft Unternehmen, ihre Position zu verbessern“

“

Digitales Marketing ist ein grundlegendes Instrument für die Entwicklung eines Unternehmens in der Kreativwirtschaft: Es werden dringend neue Fachleute benötigt”

Das Dozententeam des Programms besteht aus Spezialisten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes 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.

Der Großteil der Verkäufe von Unternehmen aus der Welt der Kultur findet im Internet statt, aber sie benötigen eine angemessene Marketingstrategie.

Alle Ihnen bekannten und geschätzten Kulturunternehmen haben in gute Marketingstrategien investiert.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätskurses in Strategie für Digitales Marketing ist es, den Studenten alle notwendigen Kenntnisse zu vermitteln, um fortschrittliche Marketingpläne zu entwickeln, die auf jedes Unternehmen oder jede Institution im Bereich Kunst und Kultur zugeschnitten sind. Auf diese Weise werden die Studenten in der Lage sein, neue berufliche Möglichkeiten zu erschließen, indem sie die in der heutigen Kreativwirtschaft dringend benötigten Fähigkeiten erwerben.



DIGITAL

AL MARKETING

“

*Erfüllen Sie die Ziele Ihrer Kunden
dank der Kenntnisse, die Sie in
diesem Universitätskurs erwerben”*



Allgemeine Ziele

- Verwenden der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien als Instrumente für Fortbildung und den Erfahrungsaustausch auf dem Gebiet des Studiums
- Wissen, wie man den Prozess der Entwicklung und Umsetzung von neuen Ideen zu einem bestimmten Thema steuert
- Erwerben von spezifischen Kenntnissen für das Management von Unternehmen und Organisationen im neuen Kontext der Kreativwirtschaft
- Erwerben von Instrumenten zur Analyse der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Realitäten, in denen sich die Kreativwirtschaft heute entwickelt und verändert





Spezifische Ziele

Modul 1. Neue Strategien für digitales Marketing

- Anwenden von Tools für das digitale Marketing unter Berücksichtigung der Zielgruppe, die die Botschaften erreichen sollen
- Durchführen von Webanalysen, die dem Unternehmen Informationen darüber liefern, wie es seine Werbestrategie ausrichten kann
- Verwenden sozialer Netzwerke als Marketing- und Werbeinstrumente
- Anwenden von *Inbound Marketing*-Tools



Ihr Ziel ist es, ein Spezialist für digitales Marketing zu werden, und mit diesem Abschluss sind Sie diesem Ziel schon sehr nahe

No.	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16
10460	Benefits	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	12,357
35246	Payroll taxes	1-Personal	0		345	347	154	1,953	534
76745	Salaries	1-Personal	0	521	434	176	519	374	1,850
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	456
23674	Personnel Total	1-Personal	0	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
10567	Independent Research	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580
98643	Firm Research Fees	2-Marketing	0	8,200	4,900	2,000	8,000		
17695	Market Research Total	2-Marketing	3	16,200	12,620	10,000	14,600		4,500
94015	Promotions	3-Commu	2	1,239	190	1,245	432	10,100	5,312
75321	Branding	3-Commu	1	522	431	573	323	134	357
95235	Web Advertising	3-Commu	1	10,432		10,430	14,083	612	453
32564	Direct Marketing	3-Commu	0						
89508	Newspaper Advertising	3-Commu	0		532	156	1,090	12,890	13,555
06342	Communication Total	3-Commu	0						
89063	Travel	4-Other	4	12,662	1,243	12	567	234	425
01421	Phone	4-Other	0	19,300	19,330	12,416	16,505	13,904	15,136
93012	Computer/Office Equipment	4-Other	0	200	150	155	200	12,009	1,367
24601	Postage	4-Other	2	400	500	100	200	120	145
35151	Other Total	4-Other	0	683	153	235	746	100	5
10460	Benefits	1-Personal	0	20,583	16,136	15,611	16,525	13,375	462
35246	Payroll taxes	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	2,074
76745	Salaries	1-Personal	0	345	347	154	1,953	374	1,850
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	456
23674	Personnel Total	1-Personal	1	521	434	176	519	374	534
14678	Web Research	2-Marketing	2	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
10567	Independent Research	2-Marketing	1	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
		2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580

03

Kursleitung

Digitales Marketing ist ein wichtiges Instrument für neue Unternehmen in der Kreativbranche. Aus diesem Grund braucht es besondere Aufmerksamkeit und dieser Universitätskurs bietet seinen Studenten die besten Dozenten auf diesem Gebiet. Dank dieses Dozententeams werden die Studenten zu echten Spezialisten für digitales Marketing in der Kultur- und Kunstbranche.



“

*Dieses Dozententeam wird Ihnen alle
Werkzeuge an die Hand geben, die Sie
brauchen, um Ihre Arbeit zu bewältigen”*

Gast-Direktion

S. Mark Young ist ein international anerkannter Experte, der sich in seiner Forschung auf die Unterhaltungsindustrie konzentriert hat. Seine Ergebnisse wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, darunter der 2020 Lifetime Achievement Award in Accounting and Management von der American Accounting Association. Außerdem erhielt er drei Auszeichnungen für seine Beiträge zur wissenschaftlichen Literatur in diesen Bereichen.

Einer der Höhepunkte seiner Karriere war die Veröffentlichung der Studie „Narcissism and Celebrities“ (Narzissmus und Prominente) zusammen mit Dr. Drew Pinsky. In diesem Text wurden direkte Daten zu berühmten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen zusammengestellt. In dem Artikel, der später zu einem Bestseller wurde, analysierte der Experte die narzisstischen Verhaltensweisen von Zelluloidstars und wie diese in den modernen Medien normalisiert wurden. Gleichzeitig ging er auf die Auswirkungen dieser Verhaltensweisen auf die heutige Jugend ein.

Im Laufe seiner beruflichen Karriere hat sich Young auch mit der Organisation und der Ausrichtung der Filmindustrie befasst. Insbesondere hat er Modelle zur Vorhersage des Kassenerfolgs großer Filme untersucht. Er hat auch einen Beitrag zum Activity Based Accounting und zur Gestaltung von Kontrollsystemen geleistet. Bekannt ist vor allem sein Einfluss auf die Einführung eines effektiven Managements auf der Grundlage der Balanced Scorecard.

Auch die akademische Arbeit hat sein Berufsleben geprägt, und er wurde auf den George Bozanic and Holman G. Hurt Research Chair in Sports and Entertainment Business gewählt. Er hat auch Vorlesungen gehalten und an Studienprogrammen in den Bereichen Rechnungswesen, Journalismus und Kommunikation teilgenommen. Gleichzeitig führten ihn seine Grund- und Aufbaustudien an renommierte amerikanische Universitäten wie Pittsburgh und Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- George Bozanic und Holman G. Hurt Lehrstuhl für Sport- und Unterhaltungswirtschaft
- Offizieller Historiker der Tennismannschaft der University of Southern California
- Akademischer Forscher, spezialisiert auf die Entwicklung von Prognosemodellen für die Filmindustrie
- Mitverfasser des Buches "Narzissmus und Prominente"
- Promotion in Rechnungswesen an der Universität von Pittsburgh
- Masterstudiengang in Rechnungswesen an der Ohio State University
- Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften vom Oberlin College
- Mitglied des Center for Excellence in Teaching

“

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

Leitung



Dr. Velar, Marga

- ♦ Management von Unternehmensmarketing bei der SGN Group (New York)
- ♦ Geschäftsführung bei Forefashion Lab
- ♦ Dozentin am Universitätszentrum Villanueva, an der ISEM Fashion Business School und an der Fakultät für Kommunikation der Universität von Navarra
- ♦ Promotion in Kommunikation an der Universität Carlos III von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Audiovisueller Kommunikation mit einem Universitätskurs in Kommunikation und Modemanagement vom Universitätszentrum Villanueva der Universität Complutense von Madrid
- ♦ MBA in *Fashion Business Management* von der ISEM Fashion Business School

Professoren

Hr. Sanjosé, Carlos

- ♦ Leitung der Abteilung Digital bei MURPH
- ♦ Mehr als 8 Jahre lang Autor von Inhalten bei Liceo25, der Muttergesellschaft von Online-Medien wie 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine oder Libra, und andere
- ♦ Spezialist für digitales Marketing und Strategie, *Social Media & Social Ads*, *E-Commerce*-Plattformen und E-Mail-Marketing
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und PR

Dr. San Miguel, Patricia

- ♦ Direktorin und Gründerin des Observatoriums für die Analyse der digitalen Auswirkungen von Modemarken *Digital Marketing Brands*
- ♦ Professorin für Digitales Marketing an der ISEM Marketing Business School und der Universität von Navarra
- ♦ Promotion an der Universität von Navarra
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Executive Marketing MBA an der ISEM
- ♦ Autorin des Buchs *Influencer Marketing*

“ Eine außergewöhnliche Gelegenheit, sich mit einem hochwertigen Universitätskurs und dem Prestige der größten Online-Universität der Welt weiterzubilden”



04

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieses Universitätskurses wurden von führenden Experten für digitales Marketing ausgearbeitet, so dass die Studenten Zugang zu den besten Fachkenntnissen haben und diese direkt in ihren Berufsfeldern anwenden können. Das Kursprogramm ist in ein Modul gegliedert, das in 10 Themen unterteilt ist, die alle wichtigen Aspekte dieses Bereichs abdecken.



The image shows a stylized illustration of a computer monitor. The top part of the screen displays the word 'E-COMMERCE' in large, bold, brown capital letters. Below the text, there is a graphic of a dollar bill icon with a dollar sign (\$) inside a blue square. To the left of the dollar icon, there is a stylized eye icon with a yellow iris and blue outline, set against a pink background. The monitor is shown from a slightly angled perspective, with a white keyboard visible at the bottom. The background of the entire slide is a mix of orange and white geometric shapes.

E-COMMERCE

“

*Der umfassendste und vollständigste
Lehrplan für Digitales Marketing, der
Ihnen heute zur Verfügung steht”*

Modul 1. Neue Strategien für digitales Marketing

- 1.1. Technologie und Publikum
 - 1.1.1. Digitale Strategie und Unterschiede zwischen Nutzertypen
 - 1.1.2. Zielgruppen, ausgrenzende Faktoren und Generationen
 - 1.1.3. Das *Ideal Customer Profile* (ICP) und die *Buyer Persona*
- 1.2. Digitale Analytik für die Diagnose
 - 1.2.1. Analytik im Vorfeld der digitalen Strategie
 - 1.2.2. Null-Moment
 - 1.2.3. KPIs und Metriken, Typologien, Klassifizierung nach Methodologien
- 1.3. *E-Entertainment*: die Auswirkungen des *E-Commerce* auf die Unterhaltungsindustrie
 - 1.3.1. *E-Commerce*, Typologien und Plattformen
 - 1.3.2. Die Bedeutung des Web-Designs: UX und UI
 - 1.3.3. Optimierung des Online-Raums: Mindestanforderungen
- 1.4. *Social Media* und *Influencer Marketing*
 - 1.4.1. Auswirkungen und Entwicklung des Netzwerk-Marketings
 - 1.4.2. Überzeugungsarbeit, Schlüssel zu Inhalten und viralen Aktionen
 - 1.4.3. Planung von *Social Marketing*-Kampagnen und *Influencer Marketing*
- 1.5. Mobiles Marketing
 - 1.5.1. *Mobile*-Benutzer
 - 1.5.2. *Web Mobile* und *Apps*
 - 1.5.3. *Mobile Marketing*-Aktionen
- 1.6. Werbung in Online-Umgebungen
 - 1.6.1. Werbung in sozialen Netzwerken und Ziele von *Social Ads*
 - 1.6.2. Der Konversionstrichter oder *Purchase Funnel*: Kategorien
 - 1.6.3. *Social Ads*-Plattformen
- 1.7. Die Methodik des *Inbound Marketing*
 - 1.7.1. *Social Selling*, Grundpfeiler und Strategie
 - 1.7.2. Die CRM-Plattform im Rahmen einer digitalen Strategie
 - 1.7.3. Das *Inbound Marketing* oder *Attraction Marketing*: Aktionen und SEO



- 1.8. Marketing-Automatisierung
 - 1.8.1. E-Mail-Marketing und E-Mail-Typologie
 - 1.8.2. E-Mail-Marketing-Automatisierung, Anwendungen, Plattformen und Vorteile
 - 1.8.3. Das Aufkommen von *Bot* & *Chatbot* Marketing: Typologie und Plattformen
- 1.9. Werkzeuge zur Datenverwaltung
 - 1.9.1. CRM für digitale Strategie, Typologien und Anwendungen, Plattformen und Trends
 - 1.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* und *Business Intelligence*
 - 1.9.3. *Big Data*, künstliche Intelligenz und *Data Science*
- 1.10. Messung der Kostenwirksamkeit
 - 1.10.1. ROI: die Definition von Kapitalrendite und ROI vs. ROAS
 - 1.10.2. Optimierung des ROI
 - 1.10.3. Wichtige Metriken

“ Die besten Inhalte für die ehrgeizigsten Studenten ”

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern”

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt“



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



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

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

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

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

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

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

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

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

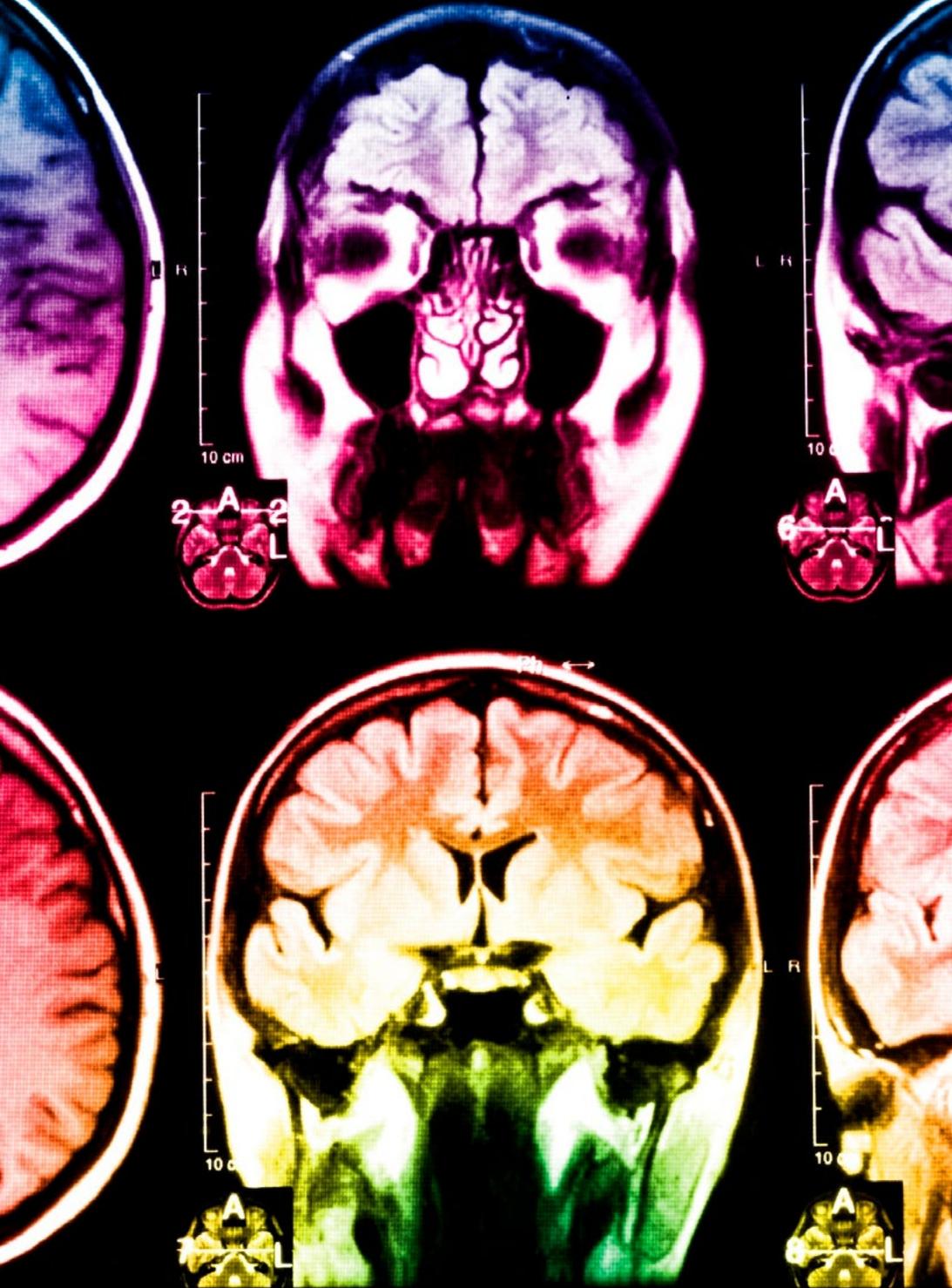


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen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

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

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

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



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



Studienmaterial

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

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

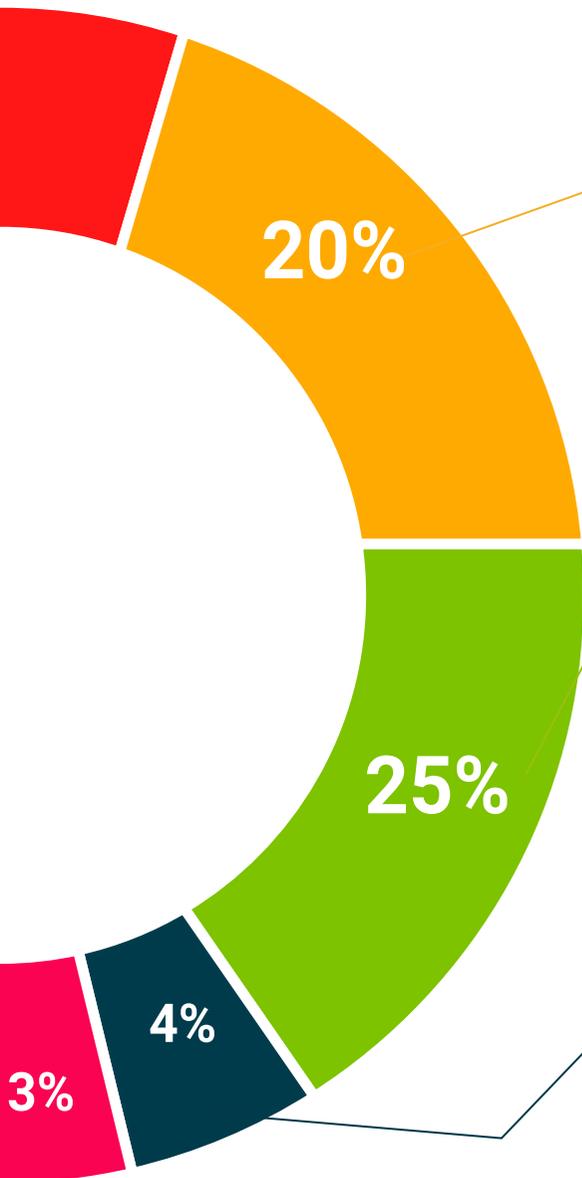
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Strategie für Digitales Marketing 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 Strategie für Digitales Marketing** 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 Strategie für Digitales Marketing**

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



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing

Modalität: Online

Dauer: 6 Wochen

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 150 Std.

Universitätskurs

Strategie für Digitales Marketing