

Universitätsexperte

Kampagnenoptimierung
und E-Commerce-Automatisierung
mit Künstlicher Intelligenz



Universitätsexperte Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/kunstliche-intelligenz/spezialisierung/spezialisierung-kampagnenoptimierung-e-commerce-automatisierung-kunstlicher-intelligenz

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit künstlicher Intelligenz bietet eine Vielzahl von Vorteilen für Unternehmen in der digitalen Welt von heute. Durch fortschrittliche Algorithmen ermöglichen diese Technologien die Analyse großer Datenmengen in Echtzeit, die Erkennung von Kundenverhaltensmustern und die genaue und effiziente Anpassung von Marketingstrategien. Darüber hinaus erleichtert die Automatisierung die Bestandsverwaltung, die Preisoptimierung und den Kundenservice. Aus dieser Prämisse heraus entsteht dieses umfassende, vollständig online verfügbare TECH-Programm, das auf der innovativen *Relearning*-Technik basiert. Und dank seiner Flexibilität können die Teilnehmer jederzeit und überall auf die Inhalte zugreifen und sie ihren persönlichen Bedürfnissen anpassen.





“

Die Integration von KI in den E-Commerce wird Ihre betriebliche Effizienz steigern und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens stärken. Verpassen Sie nicht diese Gelegenheit, mit der revolutionären Relearning-Methode zu studieren!“

Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit künstlicher Intelligenz bietet eine Reihe bedeutender Vorteile, die die Effizienz und Leistung von Online-Geschäftsstrategien steigern. Durch die Nutzung der KI können Unternehmen ihre Werbekampagnen personalisieren und verfeinern und sie dynamisch an die Vorlieben und das Benutzerverhalten anpassen. Die Automatisierung hingegen entlastet die Personalabteilung von Routineaufgaben und ermöglicht es den Entwicklungsteams, sich auf Kreativität und Innovation zu konzentrieren.

In diesem Zusammenhang hat TECH diesen Universitätsexperten entwickelt, der sich mit der Anwendung von künstlicher Intelligenz bei der Optimierung von Werbekampagnen befassen wird. Fachleute können mit Emarsys personalisierte Werbung implementieren und dabei fortschrittliche Segmentierungs- und Targeting-Techniken mit Eloqua nutzen, um bestimmte Zielgruppen in verschiedenen Phasen des Kundenlebenszyklus zu erreichen.

Der Kurs befasst sich auch mit der Analyse digitaler Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz, desweiteren mit Aspekten wie die Erkennung von versteckten Mustern und Trends, die Analyse der Markenstimmung, die Vorhersage von Kampagnenergebnissen und die Bewertung von Risiken und Chancen in Marketingstrategien. Schließlich wird die Implementierung von *Chatbots* und virtuellen Assistenten für den Kundenservice untersucht, Betrugserkennung und -prävention bei Sift-Transaktionen sowie Analysen zur Erkennung verdächtigen Verhaltens in Echtzeit. Darüber hinaus wird er Ethik und Rechenschaftspflicht bei der Nutzung von KI fördern, um Transparenz bei der Datenerhebung und -nutzung zu gewährleisten.

Dieses vollständig virtuelle Universitätsprogramm bietet den Studenten die Flexibilität, es von überall und zu jeder Zeit zu absolvieren. Auf diese Weise benötigen sie nur ein Gerät mit Internetanschluss, um auf alle Studienmaterialien zuzugreifen. All dies wird nach der *Relearning*-Methode durchgeführt, die sich auf die Wiederholung grundlegender Konzepte konzentriert, um ein optimales Verständnis des Inhalts zu gewährleisten.

Dieser **Universitätsexperte in Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit künstlicher Intelligenz vorgestellt werden.
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, anhand derer der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens verwendet 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 Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Die vorausschauende Analysetechnik der KI ermöglicht es Ihnen, Markttrends zu antizipieren und Ihre Strategien in Echtzeit anzupassen, um Ihre Investitionsrendite zu maximieren“

“

Kampagnenoptimierung und -automatisierung mit KI steigern Ihre fundierte Entscheidungsfindung, effektive Personalisierung und operative Effizienz. Profitieren Sie von den innovativsten Multimedia-Ressourcen von TECH!“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten 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.

Dank dieses 100%igen Online-Programms optimieren Sie Ihre Werbebudgets durch künstliche Intelligenz, automatisches Tracking der Ergebnisse und Anpassungen in Echtzeit.

Sie werden Tools wie Brandwatch für die Analyse sozialer Medien nutzen, die es Ihnen ermöglichen, Marktnischen zu identifizieren und neue Trends zu beobachten.



02 Ziele

Dieser Universitätsexperte zielt darauf ab, Fachleute mit den Fähigkeiten und dem Wissen auszustatten, die notwendig sind, um die Komplexität des heutigen digitalen Arbeitsumfeldes zu meistern. Der Studiengang bildet die Teilnehmer in der Konzeption, Umsetzung und Verwaltung hocheffektiver digitaler Marketingstrategien aus, die das Potenzial der künstlichen Intelligenz optimal nutzen. Am Ende des Studiums werden die Studenten in der Lage sein, Werbekampagnen zu optimieren, die Kapitalrendite zu maximieren, das Kundenerlebnis zu verbessern und Wachstumsmöglichkeiten in der wettbewerbsorientierten Welt des E-Commerce zu erkennen.



“

Sie lernen fortgeschrittene Segmentierungs-, Targeting- und Predictive-Analytics-Techniken kennen, um Ihre digitalen Marketingstrategien zu personalisieren und zu perfektionieren“



Allgemeine Ziele

- ♦ Implementieren von Anwendungen der künstlichen Intelligenz in den Bereichen Digitales Marketing und E-Commerce, um die Wirtschaftlichkeit und Effektivität von Strategien zu verbessern
- ♦ Verbessern des Nutzererlebnisses im digitalen Marketing durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz für die dynamische Personalisierung von Websites, Anwendungen und Inhalten
- ♦ Implementieren von Systemen der künstlichen Intelligenz zur Automatisierung von Prozessen im E-Commerce, von der Bestandsverwaltung bis zur Kundenbetreuung
- ♦ Erforschen und Anwenden von prädiktiven Modellen der künstlichen Intelligenz, um neue Markttrends zu erkennen und Kundenbedürfnisse zu antizipieren
- ♦ Mitarbeiten an interdisziplinären Projekten, um Lösungen der künstlichen Intelligenz in bestehende digitale Marketingplattformen zu integrieren und neue Strategien zu entwickeln
- ♦ Bewerten der Auswirkungen von Technologien der künstlichen Intelligenz auf das digitale Marketing und den elektronischen Handel, sowohl aus geschäftlicher als auch aus ethischer Sicht



Sie erwerben Fähigkeiten in der Implementierung von Automatisierungswerkzeugen, wie z. B. Chatbots, um die betriebliche Effizienz zu maximieren und die strategische Entscheidungsfindung zu verbessern“





Spezifische Ziele

Modul 1. Kampagnenoptimierung und Anwendung von künstlicher Intelligenz

- ♦ Implementieren von künstlicher Intelligenz und personalisierter Werbung mit Emarsys, um hochgradig individualisierte und gezielte Werbung für bestimmte Zielgruppen zu erstellen
- ♦ Anwenden fortschrittlicher Segmentierungs- und *Ad-Targeting*-Techniken mit Eloqua, um bestimmte Zielgruppen in verschiedenen Phasen des Kundenlebenszyklus zu erreichen
- ♦ Optimieren von Werbebudgets mit Hilfe von künstlicher Intelligenz zur Maximierung von Investitionsrendite und Kampagneneffektivität
- ♦ Durchführen einer automatischen Verfolgung und Analyse der Kampagnenergebnisse für Echtzeitanpassungen und Leistungsverbesserungen
- ♦ Implementieren automatisierter und adaptiver *A/B-Tests*, um hochwertige Zielgruppen zu identifizieren und kreative Inhalte für Werbekampagnen zu optimieren
- ♦ Automatisieren technischer SEO-Aufgaben und Keyword-Analysen mit Spyfu unter Verwendung der künstlichen Intelligenz zur Durchführung von Multi-Channel-Attributionsanalysen

Modul 2. Analyse von digitalen Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz

- ♦ Erkennen verborgener Muster und Trends in Marketingdaten und Durchführen einer Markenstimmungsanalyse
- ♦ Vorhersagen von Kampagnen- und Konversionsergebnissen, Erkennen von Anomalien und Optimieren der Kundenerfahrung mithilfe von prädiktiver Analytik
- ♦ Durchführen von Risiko- und Chancenanalysen für Marketingstrategien, einschließlich vorausschauender Analysen von Markttrends und Wettbewerbsanalysen
- ♦ Verwenden von künstlicher Intelligenz und Social-Media-Analysen mit Brandwatch, um Nischenmärkte zu identifizieren, aufkommende Trends zu beobachten und Stimmungsanalysen durchzuführen

Modul 3. Künstliche Intelligenz zur Automatisierung von E-Commerce-Prozessen

- ♦ Integrieren der künstlichen Intelligenz in den Konversionstrichter, um Verkaufs- und Leistungsdaten in allen Phasen des Kaufprozesses zu analysieren
- ♦ Implementieren von *Chatbots* und virtuellen Assistenten für den 24/7-Kundenservice unter Verwendung von künstlicher Intelligenz, um automatische Antworten zu generieren und Feedback zu sammeln
- ♦ Erkennen und Verhindern von Betrug bei E-Commerce-Transaktionen mit Sift, welches künstliche Intelligenz nutzt, um Anomalien zu erkennen und Identitäten zu verifizieren
- ♦ Durchführen von Analysen mit künstlicher Intelligenz, um verdächtiges Verhalten und betrügerische Muster in Echtzeit zu erkennen
- ♦ Fördern von Ethik und Verantwortlichkeit bei der Nutzung von künstlicher Intelligenz im elektronischen Handel und Gewährleisten von Transparenz bei der Erhebung und Nutzung von Daten
- ♦ Erforschen der Zukunftstrends der künstlichen Intelligenz im Bereich Marketing und elektronischer Handel mit REkko

03

Kursleitung

Die Dozenten sind führende Experten auf dem Gebiet des digitalen Marketings und der künstlichen Intelligenz (KI). Sie wurden aufgrund ihrer fundierten Kenntnisse und praktischen Erfahrungen in Schlüsselbereichen wie der Anwendung von KI in E-Commerce-Strategien, der Optimierung von Werbekampagnen, der Datenanalyse und der Prozessautomatisierung sorgfältig ausgewählt. Darüber hinaus verfügen diese Fachleute nicht nur über einen soliden akademischen Hintergrund, sondern auch über eine nachgewiesene Erfolgsbilanz in der Branche, die es ihnen ermöglicht, den Studenten aktuelle und relevante Kenntnisse zu vermitteln.



“

Die Dozenten dieses Universitätsexperten engagieren sich für Ihre Fortbildung und leiten Sie an, damit Sie sich den Herausforderungen der realen Welt im Bereich des digitalen Marketings und des E-Commerce stellen können“

Leitung



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO und CTO bei Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO bei Korporate Technologies
- ♦ CTO bei AI Shepherds GmbH
- ♦ Berater und strategischer Unternehmensberater bei Alliance Medical
- ♦ Direktor für Design und Entwicklung bei DocPath
- ♦ Promotion in Computertechnik an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Promotion in Wirtschaftswissenschaften, Unternehmen und Finanzen an der Universität Camilo José Cela
- ♦ Promotion in Psychologie an der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Masterstudiengang Executive MBA von der Universität Isabel I
- ♦ Masterstudiengang in Business und Marketing Management von der Universität Isabel I
- ♦ Masterstudiengang in *Big Data* bei Formación Hadoop
- ♦ Masterstudiengang in fortgeschrittener Informationstechnologie von der Universität von Castilla La Mancha
- ♦ Mitglied von: Forschungsgruppe SMILE



Fr. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ Expertin für Bildung, Wirtschaft und Marketing
- ♦ Leitung der technischen Fortbildung bei Securitas Seguridad España
- ♦ *Product Manager* für elektronische Sicherheit bei Securitas Seguridad España
- ♦ Business-Intelligence-Analyst bei Ricopia Technologies
- ♦ IT-Technikerin - Verantwortlich für die OTEC-Computerräume an der Universität von Alcalá de Henares
- ♦ Mitwirkung in der Vereinigung ASALUMA
- ♦ Hochschulabschluss in elektronischer Kommunikationstechnik an der Polytechnischen Hochschule der Universität von Alcalá

Professoren

Hr. Nájera Puente, Juan Felipe

- ♦ Datenanalyst und Datenwissenschaftler
- ♦ Direktor für Studien und Forschung beim Rat für Qualitätssicherung in der Hochschulbildung
- ♦ Produktionsprogrammierer bei Confiteca C.A.
- ♦ Prozessberater bei Esefex Consulting
- ♦ Analyst für akademische Planung an der Universität San Francisco von Quito
- ♦ Masterstudiengang in *Big Data* und Datenwissenschaft an der Internationalen Universität von Valencia
- ♦ Wirtschaftsingenieur von der Universidad San Francisco von Quito

Fr. Del Rey Sánchez, Cristina

- ♦ Verwalterin für Talentmanagement bei Securitas Seguridad España, SL
- ♦ Koordinatorin von Zentren für außerschulische Aktivitäten Unterstützungsunterricht und pädagogische Interventionen mit Schülern der Grund- und Sekundarstufe
- ♦ Aufbaustudiengang in Entwicklung, Lehre und Betreuung von e-Learning-Schulungsmaßnahmen
- ♦ Aufbaustudiengang in Frühförderung
- ♦ Hochschulabschluss in Pädagogik an der Universität Complutense von Madrid

04

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz bietet ein umfassendes Kursangebot zu grundlegenden Themen für den digitalen Erfolg von heute. Von der Anwendung künstlicher Intelligenz bei der Personalisierung von Werbekampagnen und der prädiktiven Analyse zur Maximierung des ROI bis hin zur Implementierung fortschrittlicher Automatisierungswerkzeuge und Segmentierungs- und *Targeting*-Techniken vermittelt dieses Programm den Fachleuten die Fähigkeiten und Kenntnisse, die für die Entwicklung und Umsetzung wirksamer E-Commerce-Strategien erforderlich sind.



“

Sie werden die Analyse von Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz, die Integration von KI in den Konversionstrichter und die Erkennung und Verhinderung von Betrug bei Online-Transaktionen behandeln“

Modul 1. Kampagnenoptimierung und Anwendung von künstlicher Intelligenz

- 1.1. Künstliche Intelligenz und personalisierte Werbung mit Emarsys
 - 1.1.1. Präzise Zielgruppenansprache mit Algorithmen
 - 1.1.2. Empfehlung von Produkten und Dienstleistungen
 - 1.1.3. Optimierung des Konversionstrichters
- 1.2. Fortgeschrittenes *Ad Targeting* und Segmentierung mit Eloqua
 - 1.2.1. Kundenspezifische Zielgruppensegmentierung
 - 1.2.2. Segmentierung nach Geräten und Plattformen
 - 1.2.3. Segmentierung nach Phasen des Kundenlebenszyklus
- 1.3. Optimierung von Werbebudgets mit künstlicher Intelligenz
 - 1.3.1. Kontinuierliche datengesteuerte Optimierung
 - 1.3.2. Nutzung von Echtzeit-Anzeigenleistungsdaten
 - 1.3.3. Segmentierung und *Targeting*
- 1.4. Automatisierte Erstellung und Verteilung von personalisierter Werbung mit Cortex
 - 1.4.1. Erzeugung dynamischer Kreativität
 - 1.4.2. Personalisierung von Inhalten
 - 1.4.3. Optimierung der kreativen Gestaltung
- 1.5. Künstliche Intelligenz und Optimierung von Marketing-Kampagnen mit Adobe Target
 - 1.5.1. Verteilung auf mehreren Plattformen
 - 1.5.2. Optimierung der Frequenz
 - 1.5.3. Automatisierte Überwachung und Analyse
- 1.6. Prädiktive Analytik zur Optimierung von Kampagnen
 - 1.6.1. Vorhersage von Markttrends
 - 1.6.2. Bewertung der Kampagnenleistung
 - 1.6.3. Optimierung des Budgets
- 1.7. Automatisiertes und adaptives *A/B-Testing*
 - 1.7.1. Automatisiertes *A/B-Testing*
 - 1.7.2. Identifizierung hochwertiger Zielgruppen
 - 1.7.3. Optimierung der kreativen Inhalte
- 1.8. Datengestützte Optimierung in Echtzeit mit Evergage
 - 1.8.1. Anpassung in Echtzeit
 - 1.8.2. Vorhersage des Kundenlebenszyklus
 - 1.8.3. Erkennung von Verhaltensmustern



- 1.9. Künstliche Intelligenz in SEO und SEM mit BrightEdge
 - 1.9.1. Schlüsselwortanalyse mit künstlicher Intelligenz
 - 1.9.2. Erweiterte Zielgruppenausrichtung mit Tools der künstlichen Intelligenz
 - 1.9.3. Personalisierung von Werbung mit künstlicher Intelligenz
- 1.10. Automatisierung von technischen SEO-Aufgaben und Keyword-Analysen mit Spyfu
 - 1.10.1. Multi-Channel-Attributionsanalyse
 - 1.10.2. Kampagnenautomatisierung mit künstlicher Intelligenz
 - 1.10.3. Automatische Optimierung der Website-Struktur dank künstlicher Intelligenz

Modul 2. Analyse von digitalen Marketingdaten mit künstlicher Intelligenz

- 2.1. Künstliche Intelligenz in der Datenanalyse für Marketing mit Google Analytics
 - 2.1.1. Erweiterte Zielgruppenausrichtung
 - 2.1.2. Prädiktive Analyse von Trends mit künstlicher Intelligenz
 - 2.1.3. Preisoptimierung mit Hilfe von Tools der künstlichen Intelligenz
- 2.2. Automatisierte Verarbeitung und Analyse von großen Datenmengen mit RapidMiner
 - 2.2.1. Stimmungsanalyse der Marke
 - 2.2.2. Optimierung von Werbekampagnen
 - 2.2.3. Personalisierung von Inhalten und Nachrichten mit KI-Tools
- 2.3. Erkennen von verborgenen Mustern und Trends in Marketingdaten
 - 2.3.1. Erkennung von Verhaltensmustern
 - 2.3.2. Trenderkennung mit künstlicher Intelligenz
 - 2.3.3. Marketing-Attributionsanalyse
- 2.4. Erstellung von datengesteuerten *Insights* und Empfehlungen mit Data Robot
 - 2.4.1. Prädiktive Analyse durch künstliche Intelligenz
 - 2.4.2. Erweiterte Zielgruppenausrichtung
 - 2.4.3. Personalisierte Empfehlungen
- 2.5. Künstliche Intelligenz in der prädiktiven Analytik für das Marketing mit Sisense
 - 2.5.1. Optimierung von Preisen und Angeboten
 - 2.5.2. Stimmungs- und Meinungsanalyse mit künstlicher Intelligenz
 - 2.5.3. Automatisierung von Berichten und Analysen

- 2.6. Vorhersage von Kampagnenergebnissen und Konversionen
 - 2.6.1. Erkennung von Anomalien
 - 2.6.2. Optimierung des Kundenerlebnisses
 - 2.6.3. Wirkungsanalyse und Zuordnung
- 2.7. Risiko- und Chancenanalyse in Marketingstrategien
 - 2.7.1. Prädiktive Analytik von Markttrends
 - 2.7.2. Bewertung der Konkurrenz
 - 2.7.3. Analyse des Reputationsrisikos
- 2.8. Prognose des Absatzes und der Produktnachfrage mit ThoughtSpot
 - 2.8.1. Optimierung der Investitionsrendite (ROI)
 - 2.8.2. Analyse des Einhaltungrisikos
 - 2.8.3. Innovationsmöglichkeiten
- 2.9. Künstliche Intelligenz und Social-Media-Analysen mit Brandwatch
 - 2.9.1. Marktnischen und ihre Analyse mit künstlicher Intelligenz
 - 2.9.2. Beobachtung aufkommender Trends
- 2.10. Stimmungs- und Emotionsanalyse in sozialen Netzwerken mit Clarabridge
 - 2.10.1. Identifizierung von *Influencern* und Meinungsführern
 - 2.10.2. Überwachung der Markenreputation und Krisenerkennung

Modul 3. Künstliche Intelligenz zur Automatisierung von E-Commerce-Prozessen

- 3.1. E-Commerce-Automatisierung mit Algolia
 - 3.1.1. Automatisierung der Kundenbetreuung
 - 3.1.2. Preisoptimierung
 - 3.1.3. Personalisierung von Produktempfehlungen
- 3.2. Automatisierung der Einkaufs- und Bestandsverwaltungsprozesse mit Shopify flow
 - 3.2.1. Bestandsverwaltung und Logistik
 - 3.2.2. Aufdeckung und Vorbeugung von Betrug
 - 3.2.3. Stimmungsanalyse
- 3.3. Integration von künstlicher Intelligenz in den Konversionstrichter
 - 3.3.1. Analyse von Umsatz- und Leistungsdaten
 - 3.3.2. Datenanalyse in der Sensibilisierungsphase
 - 3.3.3. Datenanalyse in der Konversionsphase



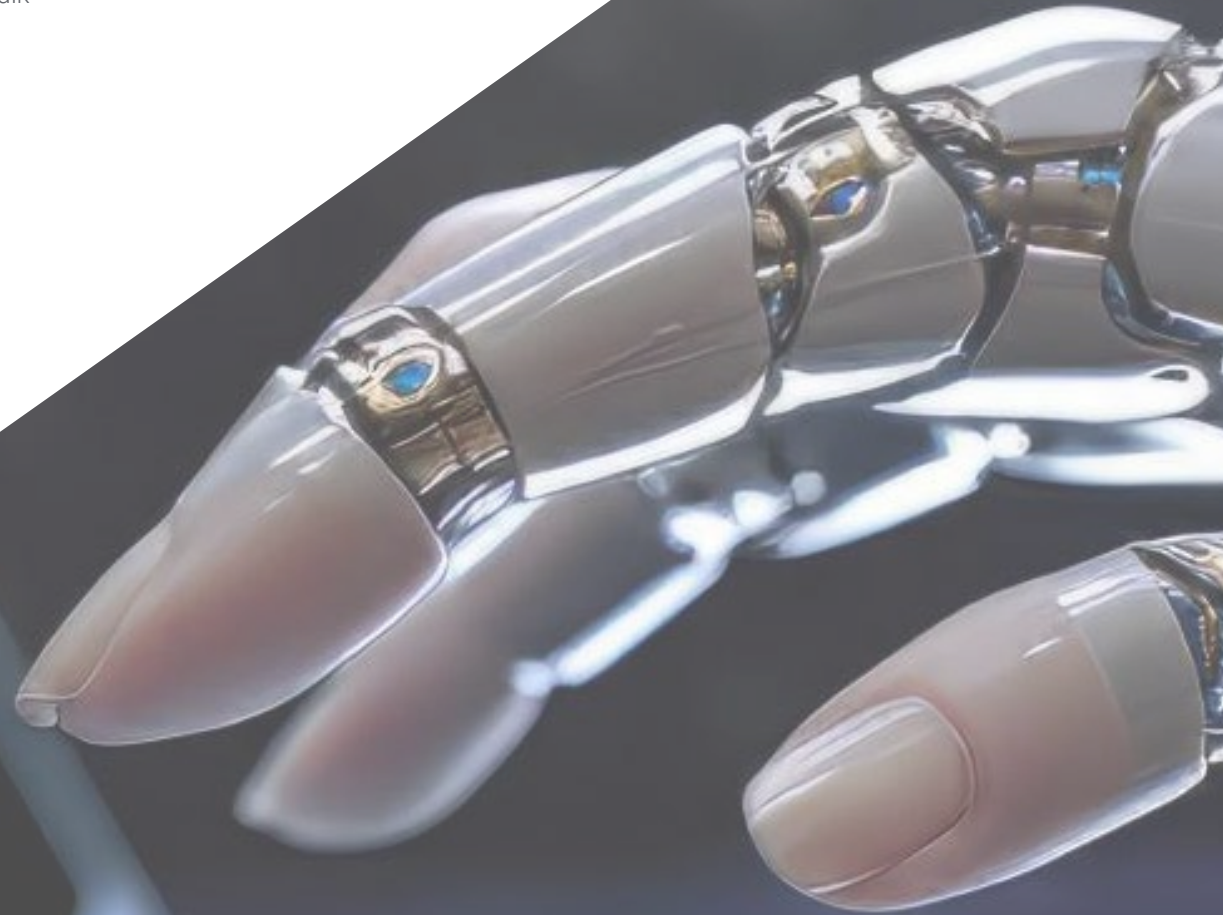
- 3.4. *Chatbots* und virtuelle Assistenten für die Kundenbetreuung
 - 3.4.1. Künstliche Intelligenz und 24/7- Betreuung
 - 3.4.2. *Feedbacks* und Reaktionen
 - 3.4.3. Abfrage-/Antwortgenerierung mit Tools der künstlichen Intelligenz
- 3.5. Preisoptimierung und Produktempfehlung in Echtzeit durch künstliche Intelligenz mit Google Cloud AI Plattform
 - 3.5.1. Analyse und Segmentierung von Wettbewerbspreisen
 - 3.5.2. Dynamische Preisoptimierung
 - 3.5.3. Vorhersage der Preisempfindlichkeit
- 3.6. Betrugserkennung und -prävention bei E-Commerce-Transaktionen mit Sift
 - 3.6.1. Erkennung von Unregelmäßigkeiten mit Hilfe von künstlicher Intelligenz
 - 3.6.2. Überprüfung der Identität
 - 3.6.3. Echtzeit-Überwachung mit künstlicher Intelligenz
 - 3.6.4. Implementierung von automatisierten Regeln und Richtlinien
- 3.7. Analyse mit künstlicher Intelligenz zur Erkennung verdächtigen Verhaltens
 - 3.7.1. Analyse verdächtiger Verhaltensmuster
 - 3.7.2. Verhaltensmodellierung mit Werkzeugen der künstlichen Intelligenz
 - 3.7.3. Betrugserkennung in Echtzeit
- 3.8. Ethik und Verantwortung beim Einsatz von künstlicher Intelligenz im elektronischen Handel
 - 3.8.1. Transparenz bei der Erhebung und Nutzung von Daten unter Verwendung von Werkzeugen der künstlichen Intelligenz mit Watson
 - 3.8.2. Datensicherheit
 - 3.8.3. Verantwortlichkeit bei Design und Entwicklung mit künstlicher Intelligenz
- 3.9. Automatisierte Entscheidungsfindung mit künstlicher Intelligenz mit Watson Studio
 - 3.9.1. Transparenz im Entscheidungsprozess
 - 3.9.2. Verantwortlichkeit für die Ergebnisse
 - 3.9.3. Soziale Auswirkungen
- 3.10. Zukunftstrends der Künstlichen Intelligenz im Marketing und E-Commerce mit REkko
 - 3.10.1. Marketing-Automatisierung und Werbung
 - 3.10.2. Prädiktive und präskriptive Analytik
 - 3.10.3. Visueller elektronischer Handel und Suchfunktion
 - 3.10.4. Virtuelle Einkaufsassistenten

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 Informatikschulen 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 konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Kurses werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

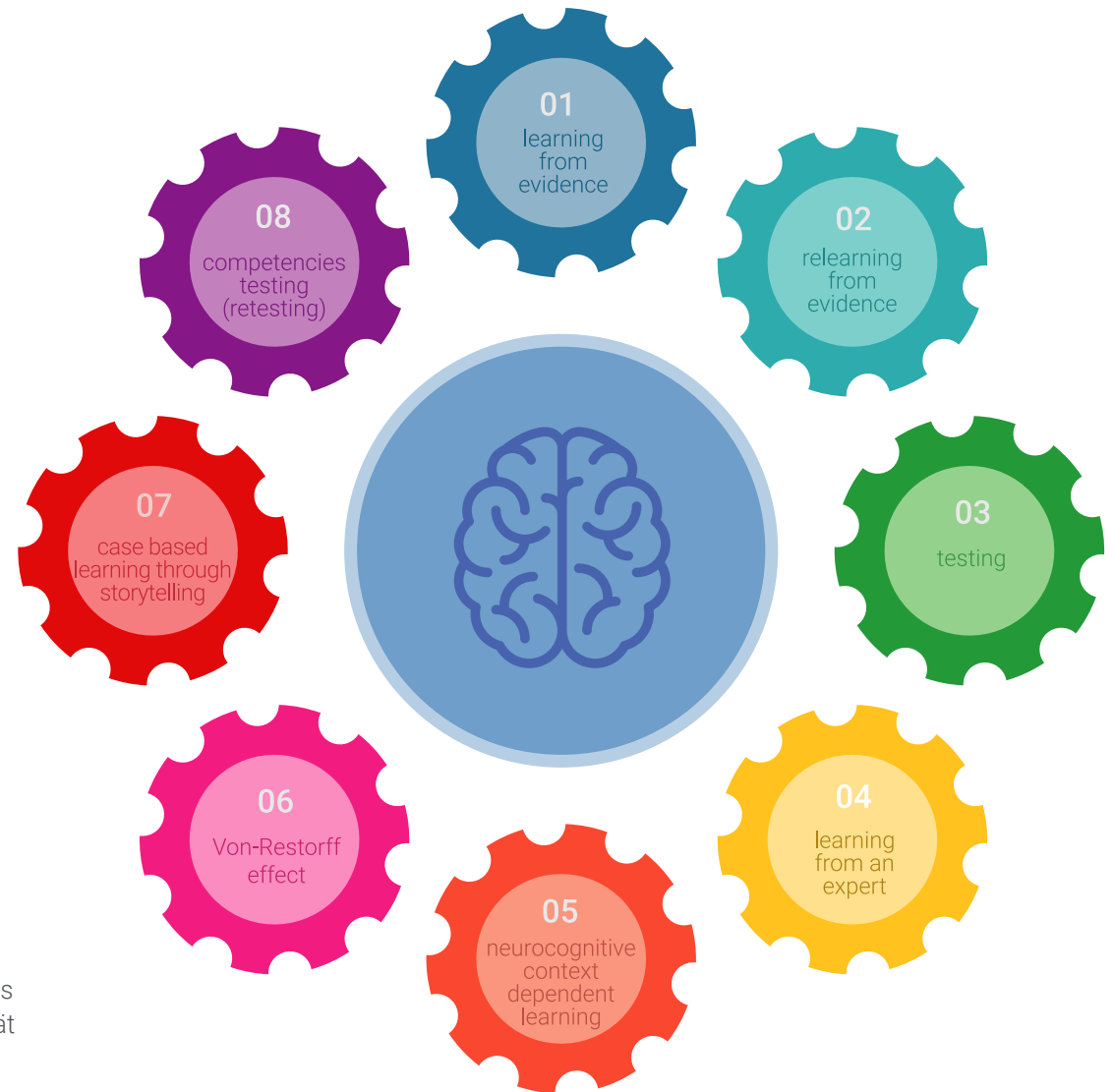
TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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 wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. 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 Universitätsexperte in Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz 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 **Universitätsexperte in Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz** 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: **Universitätsexperte in Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



*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

Universitätsexperte
Kampagnenoptimierung
und E-Commerce-Automatisierung
mit Künstlicher Intelligenz

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

Universitätsexperte

Kampagnenoptimierung und E-Commerce-Automatisierung mit Künstlicher Intelligenz

