

Universitätsexperte

Kommunikation und Business Relationship
Management mit Künstlicher Intelligenz



Universitätsexperte

Kommunikation und Business Relationship Management mit Künstlicher Intelligenz

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

Internetzugang: www.techtitude.com/de/kunstliche-intelligenz/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation-business-relationship-management-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

Marketing-Automatisierung mit künstlicher Intelligenz (KI) ist aus mehreren Gründen ein grundlegender Aspekt für Unternehmen in der Kommunikationsbranche. Unter anderem ermöglicht es ihnen, sich wiederholende Aufgaben wie das Versenden von Follow-up-E-Mails, die Planung von Posts in sozialen Netzwerken oder die Auswertung von Ergebnissen zu erledigen. Dadurch haben die Fachleute mehr Zeit, sich auf strategische Aufgaben zu konzentrieren. In diesem Zusammenhang können die von TECH entwickelten Tools Werbestrategien automatisch und in Echtzeit anpassen, wodurch der ROI maximiert wird (einschließlich der Optimierung von Geboten, Budgets und Anzeigenausrichtung). Aus diesem Grund bietet TECH eine Online-Fortbildung an, die sich mit der Prozessoptimierung durch KI befasst.



“

*Personalisieren Sie Ihr
Verkaufsangebot durch
150 Stunden der besten
digitalen Weiterbildung”*

In einem vom Wettbewerb geprägten Geschäftsumfeld versuchen die Institutionen, Gespräche und Trends zu analysieren, um die Verbraucher im Detail zu kennen. Aus diesem Grund haben Systeme des maschinellen Lernens eine besondere Bedeutung erlangt. Sie werden für die Überwachung von Marken eingesetzt, indem sie die Erwähnungen von Unternehmen in sozialen Netzwerken verfolgen, um die Wahrnehmung ihrer Produkte oder Dienstleistungen durch die Öffentlichkeit zu bewerten. Auf diese Weise können Spezialisten umfassende Strategien entwickeln, um ein positives Image von Organisationen aufrechtzuerhalten und etwaige Probleme rechtzeitig zu beheben.

Angesichts dieser Realität hat TECH ein bahnbrechendes Programm entwickelt, das sich mit der Analyse von Kommunikationsdaten für strategische Entscheidungen befasst. Der Lehrplan wird den Studenten die modernsten Systeme zur Erkennung und Bewertung der Emotionen der Nutzer vermitteln. Darüber hinaus wird der Lehrplan den Einsatz von Big Data zur Analyse der Kommunikation betonen. In diesem Zusammenhang werden die didaktischen Inhalte die automatische Problemlösung mit Hilfe von Tools wie *Chatbots* behandeln. Das Programm wird die Studenten auch dazu ermutigen, die digitalen Erfahrungen der Nutzer zu verbessern, um die Kundenbindung zu erhöhen. Darüber hinaus wird sich die Fortbildung auf die automatisierte Überwachung von Wettbewerbern und die vorausschauende Wettbewerbsüberwachung konzentrieren.

Die pädagogische *Relearning*-Methodik in Verbindung mit Multimedia-Ressourcen ermöglicht es den Studenten, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche und auf flexible Art und Weise auf das Lernmaterial zuzugreifen. Dieser Studiengang wird zu 100% online angeboten, was bedeutet, dass die Studenten in ihrem eigenen Tempo und nach ihrem eigenen Zeitplan lernen können. Darüber hinaus sind die Dozenten Experten auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz in der Kommunikation und verfügen über umfangreiche Arbeits- und Forschungserfahrung. Dieser Universitätsexperte ist eine einzigartige Gelegenheit für Marketingfachleute, ihre Fähigkeiten zu verbessern. Mit einem innovativen Format und aktuellen Inhalten bietet TECH eine fundierte und qualitativ hochwertige Lehre.

Dieser **Universitätsexperte in Kommunikation und Business Relationship Management mit Künstlicher Intelligenz** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren praktischen Informationen
- Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt 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 in der Lage sein, Markttrends vorherzusehen, um innovative Produkte zu entwickeln, mit denen Sie sich von der Konkurrenz abheben“

“

Erstellen Sie interaktive Dashboards, um Daten und Metriken dynamisch an einem Ort zu visualisieren“

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 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.

Führen Sie die fortschrittlichsten prädiktiven Analysen durch, um die Leistung Ihrer Anzeigen zu überprüfen.

Dank der revolutionären Relearning-Methode werden Sie das gesamte Wissen auf optimale Weise integrieren, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.



02 Ziele

Nach Abschluss dieser Fortbildung werden die Absolventen neue KI-Technologien zur Analyse von Kommunikations- und Marketingdaten beherrschen. So können sie Automatisierungsprozesse entwickeln, um verschiedene Werbekampagnen zu optimieren. Darüber hinaus werden sie die Meinungen der Kunden in sozialen Netzwerken nutzen, um ihr Verhalten und ihre Gefühle zu analysieren. Auf diese Weise können die Experten die Bedürfnisse der Verbraucher vorhersagen und Produkte entwickeln, die auf diese Faktoren reagieren. Um das Kundenerlebnis zu verbessern, werden sie während des Verkaufsprozesses virtuelle Assistenten einsetzen, die proaktiv auf die verschiedenen Fragen der Kunden eingehen.



“

Ein Studiengang ohne festen Zeitplan und mit einem Lehrplan, der vom ersten Tag an verfügbar ist. Bestimmen Sie Ihr eigenes Lerntempo!”



Allgemeine Ziele

- Verstehen der Grundlagen, wie KI die digitalen Marketingstrategien verändert
- Entwickeln, Integrieren und Verwalten von *Chatbots* und virtuellen Assistenten zur Verbesserung der Interaktion mit Kunden
- Vertiefen der Automatisierung und Optimierung des Online-Werbeeinkaufs durch programmatische Werbung mit KI
- Interpretieren großer Datenmengen für strategische Entscheidungen im digitalen Marketing
- Anwenden von KI auf E-Mail-Marketingstrategien zur Personalisierung und Automatisierung von Kampagnen
- Erforschen zukünftiger Trends im Bereich KI für digitales Marketing und Verstehen ihrer potenziellen Auswirkungen auf die Branche



Genießen Sie die aktuellsten akademischen Inhalte der Bildungsszene, die in innovativen Multimedia-Formaten verfügbar sind, um Ihr Studium zu optimieren"





Spezifische Ziele

Modul 1. Automatisierung und Optimierung von Marketingprozessen mit KI

- Entwickeln von Prozessen zur Marketing-Automatisierung mit KI
- Integrieren der Daten und Plattformen in automatisierte Marketingstrategien
- Optimieren von Werbekampagnen durch maschinelles Lernen
- Analysieren der Stimmung in sozialen Netzwerken mit KI zur Nutzung des Kundenfeedbacks

Modul 2. Analyse von Kommunikations- und Marketingdaten für die Entscheidungsfindung

- Beherrschen spezifischer Technologien für die Analyse von Kommunikations- und Marketingdaten
- Anwenden von KI auf die Analyse großer Datenmengen
- Entwickeln prädiktiver Analysen für fundierte Entscheidungsfindung
- Verbessern von Marketingstrategien mit KI

Modul 3. Verkauf und Lead-Generierung mit künstlicher Intelligenz

- Bereitstellen von Verfahren und Tools zur Generierung von *Leads* mit KI
- Implementieren von virtuellen Assistenten in den Verkaufsprozess
- Vorhersagen der Bedürfnisse von Verbrauchern durch maschinelles Lernen
- Kennen der wichtigsten Innovationen und Vorhersagen im Bereich des Vertriebs

03

Kursleitung

Für die Konzeption und Durchführung dieses Programms hat TECH ein Team von Fachleuten zusammengestellt, die auf Kommunikation und Business Relationship Management durch KI spezialisiert sind. Diese Experten können nicht nur auf eine lange Karriere zurückblicken, sondern sind auch weiterhin berufstätig und bieten ihren jeweiligen Unternehmen die innovativsten digitalen Lösungen an. In ihrem Bestreben, Spitzenleistungen in ihren Verfahren zu erzielen, aktualisieren diese Spezialisten regelmäßig ihr Wissen und bleiben so auf dem neuesten Stand des maschinellen Lernens. Die Studenten werden daher Zugang zu hochqualifiziertem Lehrmaterial haben und neue Fähigkeiten erwerben, die ihre verschiedenen Arbeitsprozesse bereichern.



- /Administration
- /Human Resources
- /Legal
- /Accounting
- /Finance
- /Marketing
- /Publicity
- /Promotion
- /Research
- /Business
- /Development
- /Engineering
- /Manufacturing
- /Planning

“

*Sie werden von einem Lehrkörper
unterstützt, der sich aus
angesehenen Fachleuten der
künstlichen Intelligenz in der
Kommunikation zusammensetzt"*

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



Hr. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ♦ Spezialistin für Digitales Marketing
- ♦ *Digital Advisor* bei AI Shepherds GmbH
- ♦ *Digital Account Manager* bei Kill Draper
- ♦ *Head of Digital* bei Kuarere
- ♦ *Digital Marketing Manager* bei Arconi Solutions, Deltoid Energy und Brinergy Tech
- ♦ *Founder and National Sales and Marketing Manager*
- ♦ Masterstudiengang in Digitales Marketing (MDM) von The Power Business School
- ♦ Hochschulabschluss in Business Administration (BBA) von der Universität von Buenos Aires

Professoren

Fr. González Risco, Verónica

- ♦ Spezialistin für Digitales Marketing
- ♦ *Freelance-Beraterin* für digitales Marketing
- ♦ *Product Marketing/Internationale Geschäftsentwicklung* bei UNIR - Die Universität im Internet
- ♦ *Digital Marketing Specialist* bei Código Kreativo Comunicación SL
- ♦ Masterstudiengang in *Online Marketing* und Werbemanagement bei Indisoft-Upgrade
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre an der Universität von Almeria

Fr. Parreño Rodríguez, Adelaida

- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* an der Universität von Murcia
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects* an der Universität von Murcia
- ♦ *Technical Developer & Energy/Electrical Engineer & Researcher* in PHOENIX Project y FLEXUM (ONENET) Project
- ♦ Erstellerin von Inhalten bei Global UC3M Challenge
- ♦ Ginés Huertas Martínez Preis (2023)
- ♦ Masterstudiengang in Erneuerbare Energien an der Polytechnischen Universität von Cartagena
- ♦ Hochschulabschluss in Elektrotechnik (zweisprachig) von der Universität Carlos III von Madrid

04

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte wird sich auf die Automatisierung und Optimierung von Marketingprozessen mit KI konzentrieren. Der Lehrplan besteht aus 3 Modulen und behandelt sowohl die Datenintegration als auch Plattformen, die Strategien des maschinellen Lernens nutzen. Auf diese Weise werden die Studenten in der Lage sein, ihre Werbekampagnen zu verbessern und sie je nach Zielgruppen zu personalisieren. Darüber hinaus wird das Lehrmaterial Werkzeuge für die Analyse großer Datenmengen bereitstellen. Ein weiterer Schwerpunkt des Programms ist die Anwendung von KI im Vertrieb, wobei Techniken zur Generierung von *Leads* eingesetzt werden. Die Studenten werden in der Lage sein, Vorhersagen über Kundenbedürfnisse zu treffen, um Produkte zu entwickeln, die auf diese Bedürfnisse eingehen.





“

*Ein komplettes und hochmodernes
Programm, das es Ihnen ermöglicht,
schrittweise und vollständig von zu
Hause aus zu lernen"*

Modul 1. Automatisierung und Optimierung von Marketingprozessen mit KI

- 1.1. Marketing-Automatisierung mit KI
 - 1.1.1. KI-basierte Zielgruppensegmentierung
 - 1.1.2. *Workflow*-Automatisierung
 - 1.1.3. Kontinuierliche Optimierung von Online-Kampagnen
- 1.2. Integration von Daten und Plattformen in automatisierte Marketing-Strategien
 - 1.2.1. Analyse und Vereinheitlichung von Multichannel-Daten
 - 1.2.2. Verbindung zwischen verschiedenen Marketingplattformen
 - 1.2.3. Datenaktualisierung in Echtzeit
- 1.3. Optimierung von Werbekampagnen mit KI
 - 1.3.1. Prädiktive Analyse der Anzeigenleistung
 - 1.3.2. Automatische Anzeigenpersonalisierung je nach Zielgruppe
 - 1.3.3. Automatische Budgetanpassung auf Grundlage der Ergebnisse
- 1.4. Publikumpersonalisierung mit KI
 - 1.4.1. Inhaltssegmentierung und Personalisierung
 - 1.4.2. Personalisierte Inhaltsempfehlungen
 - 1.4.3. Automatische Identifizierung von Zielgruppen oder homogenen Gruppen
- 1.5. Automatisierung der Kundenansprache durch KI
 - 1.5.1. *Chatbots* und maschinelles Lernen
 - 1.5.2. Automatische Antwortgenerierung
 - 1.5.3. Automatisches Lösen von Problemen
- 1.6. KI im E-Mail-Marketing für Automatisierung und Personalisierung
 - 1.6.1. Automatisierung von E-Mail-Sequenzen
 - 1.6.2. Dynamische Personalisierung von Inhalten entsprechend den Präferenzen
 - 1.6.3. Intelligente Segmentierung von Verteilerlisten
- 1.7. Stimmungsanalyse mit KI in sozialen Netzwerken und Kundenfeedback
 - 1.7.1. Automatische Stimmungsüberwachung in Kommentaren
 - 1.7.2. Personalisierte Antworten auf Emotionen
 - 1.7.3. Prädiktive Reputationsanalyse
- 1.8. Optimierung von Preisen und Werbeaktionen mit KI
 - 1.8.1. Automatische Preisanpassung auf der Grundlage von prädiktiver Analytik
 - 1.8.2. Automatische Generierung von an das Nutzerverhalten angepassten Angeboten
 - 1.8.3. Wettbewerbs- und Preisanalyse in Echtzeit



- 1.9. Integration von KI in bestehende Marketing-Tools
 - 1.9.1. Integration von KI-Funktionen in bestehende Marketingplattformen
 - 1.9.2. Optimierung bestehender Funktionalitäten
 - 1.9.3. Integration mit CRM-Systemen
- 1.10. Trends und Zukunft der Automatisierung mit KI im Marketing
 - 1.10.1. KI zur Verbesserung der Benutzererfahrung
 - 1.10.2. Prädiktiver Ansatz für Marketingentscheidungen
 - 1.10.3. Konversationelle Werbung

Modul 2. Analyse von Kommunikations- und Marketingdaten für die Entscheidungsfindung

- 2.1. Spezifische Technologien und Tools für die Analyse von Kommunikations- und Marketingdaten
 - 2.1.1. Tools zur Analyse von Konversationen und Trends in sozialen Netzwerken
 - 2.1.2. Systeme zur Identifizierung und Bewertung von Emotionen in der Kommunikation
 - 2.1.3. Nutzung von *Big Data* zur Analyse der Kommunikation
- 2.2. Anwendungen von KI bei der Analyse großer Mengen von Marketingdaten
 - 2.2.1. Automatische Verarbeitung von Massendaten
 - 2.2.2. Identifizierung von Verhaltensmustern
 - 2.2.3. Optimierung von Algorithmen zur Datenanalyse
- 2.3. Tools für Datenvisualisierung und *Reporting* von KI-Kampagnen und Kommunikation
 - 2.3.1. Erstellung interaktiver *Dashboards*
 - 2.3.2. Automatische Berichterstellung
 - 2.3.3. Prädiktive Visualisierung von Kampagnenergebnissen
- 2.4. Anwendung von KI in der Marktforschung
 - 2.4.1. Automatische Verarbeitung von Umfragedaten
 - 2.4.2. Automatische Identifizierung von Zielgruppensegmenten
 - 2.4.3. Vorhersage von Markttrends
- 2.5. Prädiktive Marketing-Analytik für die Entscheidungsfindung
 - 2.5.1. Vorhersagemodelle für das Verbraucherverhalten
 - 2.5.2. Vorhersage der Kampagnenleistung
 - 2.5.3. Automatische Anpassung der strategischen Optimierung



- 2.6. Marktsegmentierung mit KI
 - 2.6.1. Automatisierte Analyse demografischer Daten
 - 2.6.2. Identifizierung von Interessengruppen
 - 2.6.3. Dynamische Personalisierung von Angeboten
- 2.7. Optimierung der Marketingstrategie mit KI
 - 2.7.1. Einsatz von KI zur Messung der Kanaleffektivität
 - 2.7.2. Strategisches automatisches *Tuning* zur Maximierung der Ergebnisse
 - 2.7.3. Simulation von strategischen Szenarien
- 2.8. KI bei der Messung des Marketing-ROI
 - 2.8.1. Konversions-Attributionsmodelle
 - 2.8.2. ROI-Analyse mit KI
 - 2.8.3. Schätzung des *Customer Lifetime Value*
- 2.9. Erfolgsgeschichten in der Datenanalyse mit KI
 - 2.9.1. Demonstration anhand von Fallstudien, wo KI die Ergebnisse verbessert hat
 - 2.9.2. Kosten- und Ressourcenoptimierung
 - 2.9.3. Wettbewerbsvorteil und Innovation
- 2.10. Herausforderungen und ethische Überlegungen bei der Datenanalyse mit KI
 - 2.10.1. Verzerrungen in Daten und Ergebnissen
 - 2.10.2. Ethische Überlegungen beim Umgang mit und der Analyse von sensiblen Daten
 - 2.10.3. Herausforderungen und Lösungen, um KI-Modelle transparent zu machen

Modul 3. Verkauf und *Lead*-Generierung mit künstlicher Intelligenz

- 3.1. Anwendung von KI im Verkaufsprozess
 - 3.1.1. Automatisierung von Verkaufsaufgaben
 - 3.1.2. Prädiktive Analyse des Verkaufszyklus
 - 3.1.3. Optimierung von Preisstrategien
- 3.2. Techniken und Tools zur *Lead*-Generierung mit KI
 - 3.2.1. Automatisierte *Lead*-Identifizierung
 - 3.2.2. Analyse des Nutzerverhaltens
 - 3.2.3. Personalisierung von Rekrutierungsinhalten
- 3.3. *Lead-Scoring* mit KI
 - 3.3.1. Automatisierte Bewertung der *Lead*-Qualifikation
 - 3.3.2. *Lead*-Analyse auf Basis von Interaktionen
 - 3.3.3. Optimierung des *Lead-Scoring*-Modells



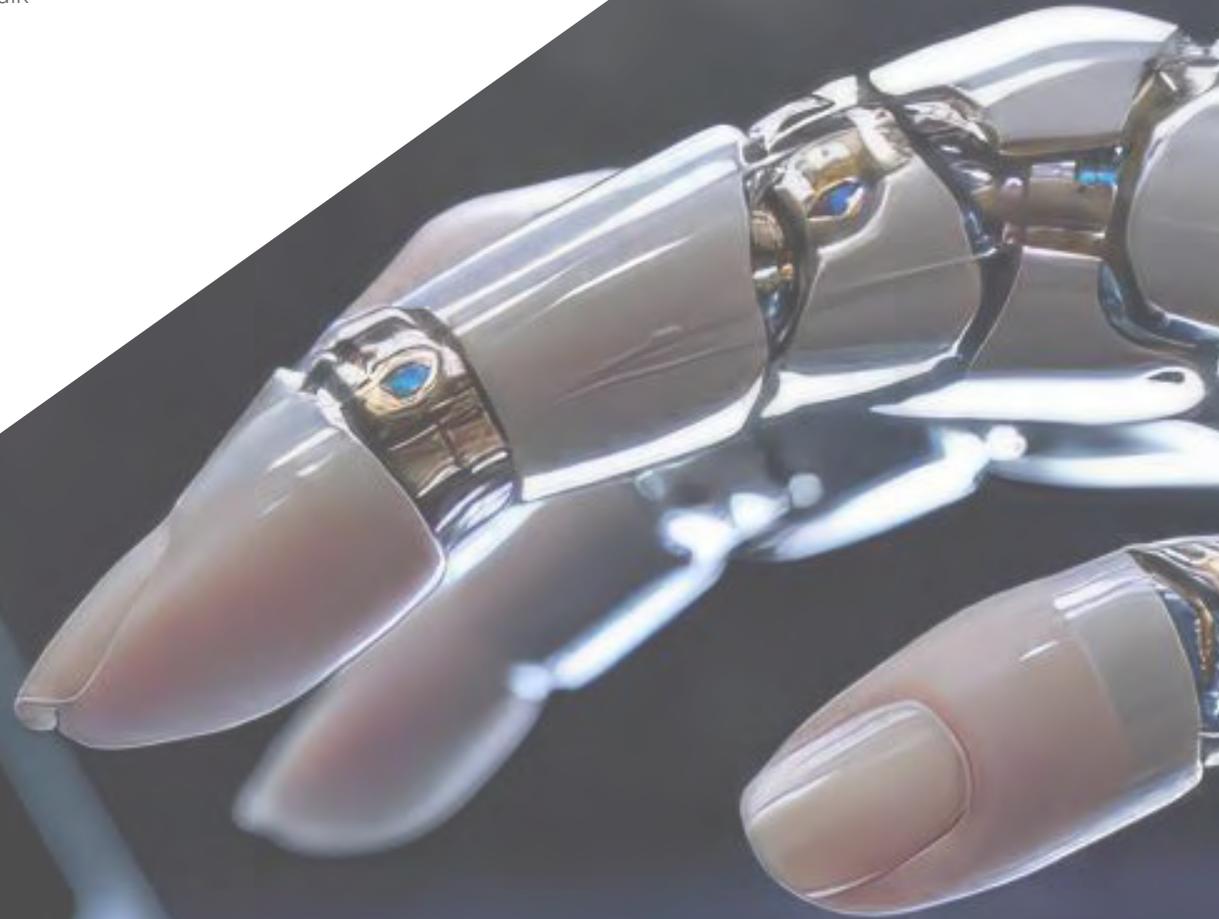
- 3.4. KI im Kundenbeziehungsmanagement
 - 3.4.1. Automatisiertes Follow-up zur Verbesserung der Kundenbeziehungen
 - 3.4.2. Personalisierte Kundenempfehlungen
 - 3.4.3. Automatisierung der personalisierten Kommunikation
- 3.5. Implementierung und Erfolgsgeschichten von virtuellen Assistenten im Verkauf
 - 3.5.1. Virtuelle Assistenten zur Verkaufsunterstützung
 - 3.5.2. Verbesserung der Kundenerfahrung
 - 3.5.3. Optimierung von Konversionen und Verkaufsabschlüssen
- 3.6. Vorhersage von Kundenbedürfnissen mit KI
 - 3.6.1. Analyse des Kaufverhaltens
 - 3.6.2. Dynamische Angebotssegmentierung
 - 3.6.3. Personalisierte Empfehlungssysteme
- 3.7. Personalisierung des Verkaufsangebots mit KI
 - 3.7.1. Dynamische Anpassung von Verkaufsangeboten
 - 3.7.2. Exklusive Angebote auf der Grundlage des Verhaltens
 - 3.7.3. Erstellung von personalisierten Paketen
- 3.8. Wettbewerbsanalyse mit KI
 - 3.8.1. Automatisierte Überwachung von Wettbewerbern
 - 3.8.2. Automatisierte vergleichende Preisanalyse
 - 3.8.3. Prädiktive Wettbewerbsüberwachung
- 3.9. Integration von KI in Verkaufstools
 - 3.9.1. Kompatibilität mit CRM-Systemen
 - 3.9.2. Befähigung von Verkaufstools
 - 3.9.3. Prädiktive Analytik in Verkaufsplattformen
- 3.10. Innovationen und Vorhersagen im Bereich des Verkaufs
 - 3.10.1. *Augmented Reality* im Einkaufserlebnis
 - 3.10.2. Fortgeschrittene Automatisierung im Verkauf
 - 3.10.3. Emotionale Intelligenz in Verkaufsinteraktionen

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 Programm von TECH 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 Fachkräfte aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräften, 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 der 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 Kommunikation und Business Relationship Management mit Künstlicher Intelligenz garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 Kommunikation und Business Relationship Management 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 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: **Universitätsexperte in Kommunikation und Business Relationship Management mit Künstlicher Intelligenz**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 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 tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung

tech technologische
universität

Universitätsexperte

Kommunikation und Business Relationship
Management mit Künstlicher Intelligenz

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

Universitätsexperte

Kommunikation und Business Relationship
Management mit Künstlicher Intelligenz

